DOI: 10.17117/na.2016.11.01.220

<http://ucom.ru/doc/na.2016.11.01.220.pdf>

Поступила (Received): 03.11.2016

Локша А.В.**Современные направления развития рынка
развлечений молодежи****Loksha A.V.****Modern directions of development of youth entertainment market**

Развлечение – одна из базовых потребностей человека. От того, какие приоритеты сегодня расставят молодые люди, будет зависеть культурный уровень населения страны в будущем. Для курортных и туристских городов индустрия развлечений играет особую роль. В работе рассматриваются направления развития услуг организации досуга и развлечений молодежи в г. Владивостоке, которые пользуются особой популярностью в последний период времени. Особое внимание уделяется трем видам организации досуга: исторические парки и реконструкции, квест-кафе, фитнес-клубы

Ключевые слова: индустрия развлечений, досуг молодежи, анкетный опрос, маркетинговые исследования

Локша Анна Владимировна

Кандидат филологических наук, доцент
Дальневосточный федеральный университет
г. Владивосток, Бухта Аякс, Русский остров

Entertainment – one of the basic needs of the person. From what the priorities of today will put young people will depend on the cultural level of the population in the future. For resorts and tourist cities in the entertainment industry plays a special role. The paper deals with the direction of development of services of recreation and youth entertainment in Vladivostok, which are very popular in the last period of time. Special attention is given to three types of leisure activities: historic parks and reconstruction quest cafes, fitness clubs

Key words: entertainment, youth leisure, questionnaire, marketing research

Loksha Anna Vladimirovna

Candidate of Philological Sciences, Associate
Professor
Far Eastern federal university
Vladivostok, v. Ayaks, Russkii Island

Развлечение – одна из базовых потребностей человека. Развлечение – это форма организации свободного времени или досуга человека. Спектр разнообразных видов организации досуга населения отражается на культурном уровне в целом. Культура организации своего свободного времени закладывается с раннего возраста. Особое место развлечения играют в жизни молодежи. Молодежь является наиболее активной частью общества. В молодом возрасте люди сталкиваются с проблемой самостоятельного выбора организации своего досуга. От того, какие приоритеты сегодня расставят молодые люди, будет зависеть культурный уровень населения страны в будущем. Поэтому проблема исследования организации досуга молодежи является актуальной научной проблемой.

Рыночная экономика снимает многие преграды в удовлетворении потребностей людей в развлечениях. Вместе с экономическими свободами в нашу страну в массовом количестве начали проникать развлечения, построенные на эксплуатации грубых инстинктов и эмоций. Это не означает, что мы должны опять вернуться к запретительным мерам, а наоборот найти достойную альтернативу массовой культуре, привносимой из западных стран.

Для курортных и туристских городов индустрия развлечений играет особую роль [6, 9]. Уровень развития индустрии развлечений в большой степени влияет на конкурентоспособность туристского продукта региона [4, 10]. В настоящее время в Дальневосточном регионе лидирующую позицию в сфере туризма занимает г. Владивосток. Процессы формирования туристского рынка в Приморском крае рассмотрены в работах [5, 8].

В настоящей работе представлены результаты исследования предпочтений молодежного сегмента в использовании услуг, предоставляемых индустрией развлечений г. Владивостока. В основу исследований легли опросы студенческой аудитории г. Владивостока.

Стремление молодежи к активному образу жизни порождает новые виды развлечений. Среди новых видов развлечений можно выделить посещение исторических парков и участие в массовых реконструкциях исторических событий. Этот вид развлечения появился в Приморском крае сравнительно недавно после открытия ландшафтно-исторического парка «Изумрудная Долина» в районе г. Уссурийска. Большинство молодых людей высказали интерес к такому виду развлечений (около 80%).

- хотел бы выступить участником исторической реконструкции со своим историческим костюмом;
- хотел бы выступить участником исторической реконструкции с историческим костюмом взятым на прокат;
- хотел бы выступить зрителем проводимой исторической реконструкции;

Рис. 1. Отношение представителей молодежного сегмента к развлекательным программам, связанными с историческими реконструкциями

Более 30% процентов молодых людей хотели бы принять непосредственное участие в исторической реконструкции, примерив на себя костюмы различных исторических эпох, а 6% молодых людей готовы сами создавать исторические костюмы (рис. 1).

В последнее время большой популярностью среди молодежи начинают пользоваться специальные кафе, организующие реалити-квесты. Этот вид развлечений пришел к нам из Японии.

Квест в реальности – это развлекательная игра для команды из нескольких человек, в специально подготовленном помещении. Реальный квест представляет собой сюжетную головоломку в реальности. Участники игры должны выполнить поставленную перед ними задачу – будь то побег, ограбление, или сбор улик и определение преступника. В процессе игры они должны уметь применять логику, ловкость и координацию, а также работать в команде.

Часто, для проведения квеста используются красочные декорации. В качестве оборудования применяются механические и электронные устройства. Для полного погружения в атмосферу игры могут быть задействованы различные спецэффекты.

Несмотря на то, что данный вид услуг сравнительно недавно появился в г. Владивостоке, им уже успели воспользоваться более 40% молодых людей (рис. 2). Те, кто еще не участвовал в развлекательных квест-программах, обязательно хотели бы принять в них участие. Для сравнения, открывшийся в городе уже более 3-х лет назад театр оперы и балета успели посетить менее 15% опрошенных студентов. При этом время проведения реалити-квеста сопоставимо со временем спектакля в театре или даже меньше, а стоимость билетов, в среднем, в несколько раз выше чем билет на спектакль.

Рис. 2. Отношение представителей молодежного сегмента к развлекательным программам типа реалити-квест

Последние опросы молодежной аудитории демонстрируют увеличение доли молодежи, приверженной к здоровому образу жизни. В связи с этим существенно повысился спрос на услуги тренажерных залов, оздоровительных центров и фитнес-клубов. Особенности развития российского рынка услуг физической культуры и спорта представлены в работах [2, 3, 11].

Современные фитнес-центры предоставляют широкий спектр услуг:

- силовые направления (Muscle toning, L-класс, ABS-stretch, Hot Iron, Iron Cross);
- кардио направления: Step, Aerobic DANCE, Cardiostrike;
- смешанные направления: Fit ball, STEP Interval, Best Fit, F-training;
- танцевальные направления: Lady dance, Body Ballet, Zumba;
- специализированные программы для беременных и людей пожилого возраста: Fitness Mama, LADY+, Группа здоровья;
- мягкий фитнес: Yoga, Power yoga, Pilates, Stretch, Athletic Stretch;
- боевые искусства и восточные единоборства: Джиу-джитсу, ММА, Рукопашный бой, Бокс;
- кроссфит.

Заключение.

Необходимо поощрять национальную направленность молодежных развлекательных программ, усиливая их культурную и познавательную составляющие. Развитие индустрии развлечений Приморского края требует использования системного подхода, который может быть реализован в рамках программы развития туристского кластера [1]. Необходимо повышение качества развлекательных услуг и приведение их в соответствие международным стандартам. Это позволит повысить конкурентоспособность регионального туристского продукта. Развитие культурных объектов края так же должно способствовать повышению качества жизни населения [7].

Важность развития культурных и образовательных ресурсов отмечается в стратегических планах развития г. Владивостока. Согласно стратегическому плану развития г. Владивостока до 2020 года направление капитализации имущественных активов города должно сменить направление с капитализацией промышленных объектов на капитализацию культурных и образовательных ресурсов. В туристском, гостиничном, ресторанно-развлекательном, экскурсионном и спортивно – рекреационном секторах должно создаваться не менее половины ВРП городского округа.

Список используемых источников:

1. Белова Г.В., Соколова И.С. О роли кластеров в региональном развитии // *NovaInfo.Ru*. 2016. Т. 1. № 53. С. 122-127.
2. Енченко И.В. Особенности российского рынка услуг физической культуры и спорта // *Современный научный вестник*. 2016. Т. 6. № 2. С. 11-12.
3. Енченко И.В. Услуги культуры и спорта в современных условиях // *Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии*. 2013. № 3 (17). С. 199-203.
4. Мамонтов В.А. Проблема управления конкурентоспособностью проектов в индустрии развлечения // *Инновационная экономика: информация, аналитика, прогнозы*. 2013. № 1-2. С. 3-5.
5. Мартышенко Н.С. Маркетинговые исследования регионального рынка потребителей туристских услуг: Монография: Дальнаука, 2007. 258 с.
6. Мартышенко Н.С., Старков А.С. Анализ структуры потребительского регионального туристского рынка // *Территория науки*. 2007. №4(5). С. 468-478.
7. Мартышенко С.Н. Исследование процессов, влияющих на качество жизни на территории Приморского края // *Фундаментальные исследования*. 2014. № 3-3. С. 555-559.
8. Мартышенко С.Н., Гусев Е.Г. Оптимизация позитивных структурных сдвигов в туристской отрасли региона // *Математические заметки СВФУ*. 2007. Т. 14. № 1. С. 151-161.

9. Матющенко Н.С. Адаптация индустрии досуга и развлечений к потребностям жителей курортных городов // Вестник Национальной академии туризма. 2014. № 4 (32). С. 28-32.
10. Пахомова А.И., Буряков С.А. Сфера услуг как движущая сила развития сервисных инноваций // Экономика и предпринимательство. 2016. № 2-1 (67-1). С. 384-387.
11. Савельева И.Е. Лечебная физкультура и спортивная медицина // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2013. № 7. С. 149-150.

© 2016, Локша А.В.

*Современные направления развития рынка
развлечений молодежи*

© 2016, Loksha A.V.

*Modern directions of development of youth
entertainment market*