

Министерство образования и науки Российской Федерации
Департамент образования и науки администрации Приморского края
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Владивостокский государственный университет экономики и сервиса»

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

**Материалы XVII международной научно-практической конференции
студентов, аспирантов и молодых исследователей**

(28–29 апреля 2015 г.)

В пяти томах

Том 3

Под общей редакцией д-ра экон. наук О.Ю. Ворожбит

Владивосток
Издательство ВГУЭС
2015

УДК 74.584(255)Я431
ББК 378.4
И73

Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие Дальневосточного региона России и стран АТР [Текст] : материалы XVII междунар. науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых исследователей (28–29 апреля 2015 г.) : в 5 т. Т. 3 / под общ. ред. О.Ю. Ворожбит; Владивостокский государственный университет экономики и сервиса. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2015. – Т. 3. – 438 с.

ISBN 978-5-9736-0319-9
ISBN 978-5-9736-0341-0

Включены материалы XVII международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых исследователей «Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие Дальневосточного региона России и стран АТР», состоявшейся во Владивостокском государственном университете экономики и сервиса (г. Владивосток, 28–29 апреля 2015 г.).

Том 3 представляет широкий спектр исследований молодых ученых и студентов вузов Дальнего Востока и других регионов России, ближнего и дальнего зарубежья, подготовленных в рамках работы секций конференции по следующим темам:

- Актуальные проблемы частного права в современной юриспруденции
- Публичное право на современном этапе и основные тенденции его развития
- Актуальные проблемы правовой политики Российского государства
- Политическое и социальное развитие российского Дальнего Востока: проблемы и перспективы
- Реализация социально-экономической политики в аспекте повышения эффективности государственного, муниципального управления в ДВФО
- Туризм – перспективная модель развития общества
- Современные тенденции в управлении персоналом

УДК 74.584(255)Я431
ББК 378.4

ISBN 978-5-9736-0319-9
ISBN 978-5-9736-0341-0

© Владивостокский государственный университет
экономики и сервиса, издание, 2015

| | |
|--|-----|
| <i>Дё С.В.</i> Совершенствование организационной культуры на примере морской транспортной компании | 101 |
| <i>Киракосян Г.Г.</i> Социализация детей из неблагополучных семей (на примере МБОУ СОШ №32 г. Владивостока) | 104 |
| <i>Коваль А.К.</i> Профессиональная ориентация как основное направление обеспечения занятости современной молодежи в России | 106 |
| <i>Коняева Н.В.</i> Механизмы получения студентами востребованных работодателем профессиональных знаний, умений и навыков (на примере ВГУЭС) | 109 |
| <i>Коровина А.С.</i> Разработка археологической экскурсии для школьников на территорию Екатерининского городища | 112 |
| <i>Костырева Д.Е.</i> Государственная поддержка молодежных инициатив на территории города Владивостока | 114 |
| <i>Лозовицкая И.А., Сотникова О.Б.</i> Использование NFC технологии в г. Находка на примере образовательного учреждения | 118 |
| <i>Луценко Е.А.</i> ВСТО или энергетическая «Транссибирская магистраль» | 121 |
| <i>Сидорова Н.И., Костикова О.Н.</i> Создание агломерации на территории Приморского края | 123 |
| <i>Слободенюк Е.А.</i> Молодежное предпринимательство в Приморском крае: состояние и перспективы | 125 |
| <i>Суркова Ю.Э.</i> Проблемы и перспективы реализации инвестиционной политики в Приморском крае | 131 |
| <i>Тарантаев А.Д.</i> Анализ и прогнозирование влияния санкций и контрсанкций на потребителя в Приморье | 134 |
| <i>Тряпичкина А.О., Кияшко Е.Ю.</i> Анализ современного состояния экономической активности молодежи | 137 |
| <i>Хомич С.С.</i> Анализ системы дополнительного образования в подготовке молодых предпринимателей | 139 |

РЕАЛИЗАЦИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ В АСПЕКТЕ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО, МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В ДВФО

| | |
|--|-----|
| <i>Ермошин Е.В.</i> Разработка концепции молодежной политики ВГУЭС с позиции развития студенческого самоуправления | 142 |
| <i>Колесникова А.Е.</i> Пути повышения эффективности системы муниципального управления | 144 |
| <i>Копылова Е.О., Ковалева Е.А., Леонович В.Е.</i> Анализ и перспективы социально-экономического развития г. Фокино | 146 |
| <i>Крылова И.А., Шингарева А.А., Латкин А.П.</i> Политика России на Дальнем Востоке: царская Россия и наши дни | 148 |
| <i>Маслов А.С.</i> Необходимость промышленных предприятий в социально-экономической среде муниципальных образований | 154 |
| <i>Медюков Ю.В.</i> Социально-экономическая значимость государственных и муниципальных предприятий | 156 |
| <i>Мишукова Т.С.</i> Оценка эффективности деятельности органов местного самоуправления в сфере здравоохранения Находкинского городского округа | 158 |
| <i>Молькова Н.Н., Дмитрук О.В.</i> Современные подходы к разработке эффективных систем оплаты труда | 160 |
| <i>Пшеничная О.С.</i> Проблемы оплаты труда в рыночной экономике | 162 |
| <i>Снегирева Э.Н.</i> Стратегия долгосрочного развития пенсионной системы | 165 |

ТУРИЗМ – ПЕРСПЕКТИВНАЯ МОДЕЛЬ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА

| | |
|--|-----|
| <i>Архипова Ю.А., Бурилова В.С.</i> Военно-историческая тематика в экскурсионном комплексе г. Владивостока | 168 |
| <i>Асеев Д.С.</i> Разработка бизнес-плана строительства роллердрома на базе отдыха | 172 |
| <i>Ахременко С.Д.</i> Проблема организации культурных программ в туризме Приморского края (на примере ООО «Каникулы») | 175 |
| <i>Барabanов М.И., Магалиш Т.Л.</i> Современные аспекты рекламной деятельности в условиях функционирования предприятий туризма и сервиса (на примере ЗАО «Интурист» г. Спасск-Дальний) | 177 |
| <i>Березницкая В.В., Кожушко Е.В.</i> Роль туризма в модернизации Вьетнама | 180 |
| <i>Бобкова О.Е., Руденко Л.Л.</i> Совершенствование качества гостиничных услуг на примере ИП Киреева В.В. гостиница «Спорт», г. Партизанск | 184 |
| <i>Бойцова Е.А.</i> Стратегический анализ при формировании туристско-рекреационного кластера «Горный ключ» на территории Кировского муниципального района | 188 |
| <i>Горлач А.И., Руденко Л.Л.</i> Особенности сервисного обслуживания в бизнес-отелях | 191 |
| <i>Гужва А.Ю., Ильяшенко Е.С.</i> Этнографический потенциал Республики Корея для организации туристских маршрутов | 193 |
| <i>Ден В.Г., Гомилевская Г.А.</i> Гастрономический туризм | 197 |
| <i>Евменчук Е.В.</i> Событийный туризм как средство экологического воспитания школьников | 202 |
| <i>Журавлёва А.А.</i> Разработка пакета экскурсионных туров для школьников в центральные города России: Москва, Санкт-Петербург, Сочи | 203 |
| <i>Козий П.В., Бурилова В.С.</i> Образовательный туризм на рынке г. Владивостока: проблемы и современные тенденции развития | 206 |

3. Пак Хюн Бон: Дальневосточники продолжают ездить в Южную Корею, несмотря на падение рубля [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://deita.ru/news/tourism>.

УДК 336.48-6:641/642

Гастрономический туризм

Ден Валерия Гихоевна,
бакалавр 1 курса, кафедра туризма и гостинично-ресторанного бизнеса
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Россия. Владивосток
E-mail: denlero4ka96@mail.ru; тел.: +79841883337;
ул. Красного знамени проспект, д. 47, г. Владивосток, Приморский край, Россия, 690014

Гомилевская Галина Александровна,
кандидат экономических наук, заведующий кафедрой туризма и гостинично-ресторанного бизнеса
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Россия. Владивосток
E-mail: Galina.Gomilevskaya1@vvsu.ru; тел.: +74232404164
ул. Гоголя, 41, г. Владивосток, Приморский край, Россия, 690014

На сегодняшний день гастрономический туризм становится одним из самых популярных. С помощью кулинарных тенденций можно узнать образ жизни, познакомиться с особенностями питания, ведения быта и производства того или иного продукта; содействовать сохранению традиционных форм ведения хозяйства и культурного наследия.

Ключевые слова: туризм, гастрономический туризм, кулинарный туризм, путешествие, тур, турист, кухня.

Gastronomic tourism

Den Valeriya Gihoevna,
bachelor of the 1st year, tourism and hotel and restaurant business department
Vladivostok State University of Economics and Service
Russia. Vladivostok

Gomilevskaya Galina Aleksandrovna,
candidate of economic Sciences, head of tourism and hotel and restaurant business department
Vladivostok State University of Economics and Service
Russia. Vladivostok

Nowadays gastronomic tourism is becoming more and more popular. We can found out the lifestyle; get acquainted with the peculiarities of the nutrition, and conducting of the production of the product; contribute to the preservation of traditional forms of economy and cultural heritage.

Keywords: tourism, gastronomic tourism, culinary tourism, journey, tour, tourist, cuisine.

Сегодня люди имеют более развитое представление о путешествиях и отдыхе, именно поэтому популярность гастрономического туризма возросла. Не секрет, что местная еда и напитки являются основным мотивирующим фактором для людей, выбирающих место отдыха. Популярность этнической кухни, например, тайской, индийской, китайской объясняется развитием этого вида туризма.

Цель работы заключается в исследовании феномена гастрономического туризма, состояния и тенденций его развития.

В ходе работы были выделены следующие задачи:

- уточнить понятие «Гастрономический туризм»;
- выделить наиболее популярные маршруты;
- оценить современное состояние гастрономического туризма на Дальнем Востоке.

Исследование основных понятий, характеризующих виды туризма, связанные с использованием элементов общественного питания и адресной мотивации туристов на изучение различных видов кухонь показало, что авторы в одинаковой мере определяют данное понятие как «гастрономический туризм» и «кулинарный туризм».

С введением понятия «гастрономический туризм» у людей не сложилось четкого понимания о нем, потому было введено «кулинарный», тем не менее, оба понятия используются в равной степени. По Caribbean

Food Emporium, гастрономический туризм относится к поездкам в пункты назначения, где местная еда и напитки являются основными мотивирующими факторами для путешествий [13].

Наиболее часто встречающееся определение гастрономического туризма в литературе было предложено «Hall and Sharples» (2003). «Кулинарный туризм – это эмпирическая поездка в гастрономической области для отдыха или развлекательных целях, которая включает в себя посещение первичного и вторичного производства продуктов питания, гастрономических фестивалей, продуктовых ярмарок, фермерских рынков, кулинарных шоу и демонстраций; дегустацию качества пищевых продуктов или любую туристскую деятельность, связанную с пищей. Кроме того, это эмпирическое путешествие связано с образом жизни, который включает в себя эксперименты, изучение различных культур, приобретение знаний и понимания качеств или атрибутов, связанных с туристической продукцией, а также кулинарными блюдами, произведенными в этом регионе через его потребление. Таким образом, опыт гастрономического туризма считается таковым, при условии, что все упомянутое выше представляет собой главную причину или мотивацию, чтобы поехать в пункт назначения или, наконец, одну из существенных причин» [8].

На основании исследовательских материалов было установлено, что в целом, гастрономический тур включает в себя такой опыт, в котором человек узнает местную кухню, наследие и культуру страны, пробует ингредиенты, которые сложно встретить в других уголках планеты.

Цель кулинарного туризма – просвещать и вдохновлять людей, давая путешественнику возможность изучить окрестности и узнать о местных тенденциях питания, способы приготовления и истории пищи. Туристы могут сделать это путем участия в культурном опыте погружения в определённую атмосферу, путешествуя по разным странам. Такие туры могут включать в себя довольно широкий ассортимент мероприятий: различных фестивалей, конкурсов по приготовлению пищи, посещения виноделен или пивоварен, конференций и мастер классов с профессионалами.

Как популярная туристская тенденция, кулинарный туризм стал известен в 2001 году, это понятие ввел Эрик Вольф, президент Международной ассоциации кулинарного туризма (WFTA). Он определяет это понятие как «погоня за уникальным и запоминающимся опытом в еде и напитках» [14]. По словам Эрика Вольфа, это очень перспективная и быстро развивающаяся отрасль, так как спрос на необычную кухню будет всегда. 27–30 млн. американцев включили кулинарные мероприятия в свои путешествия [11]. Помимо этого, 30000 профессионалов кулинарии из 135 стран вовлечены в сферу гастрономического туризма [14]. Уникальность данного вида туризма заключается в следующем: возможности его развития в абсолютно любой стране, продвижении местных производителей, отсутствии сезонной дифференциации, определенном влиянии на развитие экономики.

Международная ассоциация кулинарного туризма утверждает, что в среднем, кулинарные путешественники тратят около \$ 1200 во время отдыха, и 36% (\$425) из бюджета поездки уходит на мероприятия, связанные с едой [14]. Сказанное позволяет заключить, что траты целевого сегмента на кулинарные события выше, чем на любые другие виды туризма.

Известно, что потребителями гастрономических путешествий преимущественно зарекомендовали себя японцы, немцы, англичане и американцы (рис.1) [3].

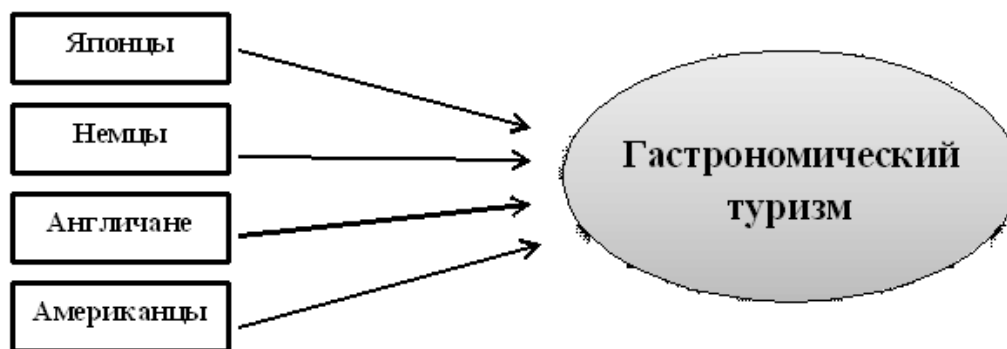


Рисунок 1 – Потребители гастрономических путешествий [3]

Рассмотрим классификацию гастрономического туриста и его особенности.

Каждый выделенный сегмент рынка отличается моделью поведения туристов и требует особого подхода. Так, частой целью для японцев становится изучение культуры других народов и знакомство с иностранной кухней [1]. Японцы едят много овощей, часто заменяют соль и перец соевым соусом, в блюдах не должно быть много масла [4]. Немцы очень пунктуальны и деловиты. Немецкие туристы самые многочисленные за рубежом, им нравится природа, много поесть и выпить. Они любят мясо и колбасы, хлебобулочные изделия и шоколад, макароны. Англичане предпочитают активный отдых со всевозможными соревнованиями и состязаниями. Англичане приверженцы блюд из мяса (биштексы, ростбифы и лангеты, желательны непрожаренные), большой выбор рыбной гастрономии и холодных закусок; любят также овощи и зелень. Особое место в питании англичан занимают различные пудинги. Американцы очень требовательны к уровню сервиса, основательно подходят к приему пищи. Очень любят сладкое, а также блюда на скорую руку (фаст-фуд). Американцы едят все: мясо, колбасы и сосиски, рыбу, овощи, различные гарниры (особенно картофель). Очень популярны снеки

в качестве перекусов, в основном состоят из печенья, шоколада, арахиса, карамели, арахисового масла [1]. В соответствии с вышесказанным, выделяют несколько видов гастрономических туров (таблица 1) [2].

Таблица 1

| Классификация туров | |
|----------------------------|---|
| Вид тура | Характеристика |
| 1. Сельский | Проживание в сельской местности; дегустация продуктов местного производства, сбор урожая. |
| 2. Ресторанный | Посещение известных ресторанов; дегустация эксклюзивных, изысканных блюд. |
| 3. Образовательный | Посещение конференций, мастер-классов, кулинарных школ; встречи с популярными поварами или составителями кулинарных книг. |
| 4. Экологический | Посещение экологически чистых производств; дегустация органических продуктов. |
| 5. Событийный | Посещение общественных и культурных мероприятий, связанных с кулинарной темой. (Ярмарки, фестивали, выставки) |
| 6. Комбинированный | Включает в себя несколько вышеупомянутых ответвлений. |
| 7. Вино-гастрономический | Дегустация лучших вин; сбор винограда; посещение виноградников и виноделен. |
| 8* Этнический | Посещение этнографического объекта; познание быта, культуры и архитектуры; дегустация блюд национальной кухни. |

Примечание: 1–7 – составлено по [2]; 8* – разработано автором.

По классификации автора Кауровой А.Д., выделяется 7 видов гастрономического туризма (таблица 1), однако, по нашему мнению, отсутствует один из наиболее популярных видов туризма – этнический. Национальные блюда отдельной культуры становятся популярными в нескольких странах. Например, рестораны с китайской кухней имеют своих приверженцев во всем мире. Особую популярность в Приморском крае получили рестораны восточных кухонь (китайской, корейской, японской). Следует также оговориться, что отдельной статистики, фиксирующей въездной туризм в гастрономических целях нет, однако по барометру ЮНВТО самыми популярными туристскими направлениями 2012 года были (рисунок 2) [10]:

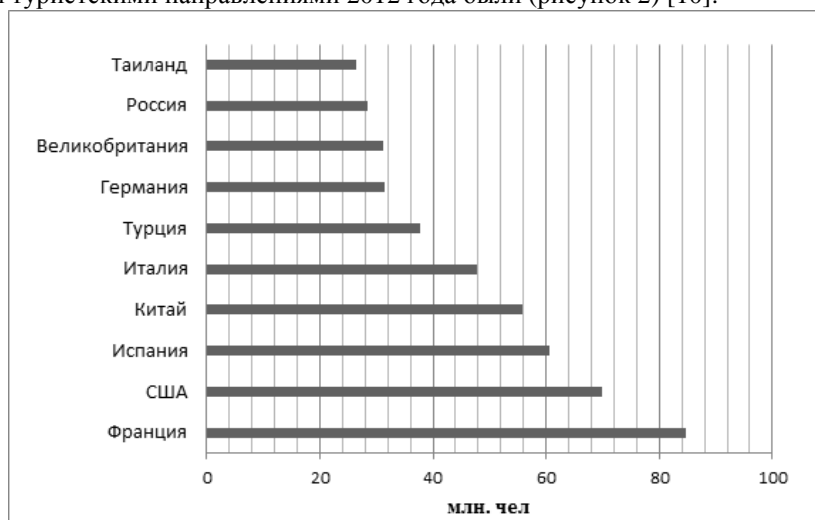


Рисунок 2 – Рейтинг стран по въездному туризму

Опираясь на данные профессиональных журналов рестораторов и на данные первичных исследований, мы выяснили наиболее популярные страны среди гастрономических туристов (рисунок 3) [12].

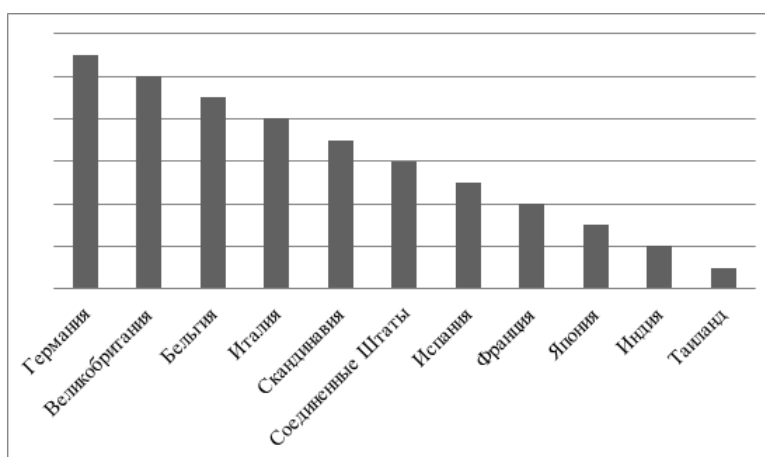


Рисунок 3 – Рейтинг стран, активно развивающих гастрономический туризм по USA today

Обзор журнала «Kitchenmag» и путеводителя «Arrivo» выделили следующие страны-лидеры по гастрономическому туризму (таблица 2) [9, 6].

Таблица 2

| Страны лидеры по версии «Kitchenmag» и «Arrivo» | |
|---|-----------------------|
| Журнал «Kitchenmag» | Путеводитель «Arrivo» |
| Италия (Тоскана) | Италия |
| Франция | Франция |
| Италия (Пьемонт) | Испания |
| Испания | Таиланд |
| Голландия | Австралия |
| Грузия | Индия |
| Марокко | Швеция |

Для более глубокого изучения потенциального спроса на гастрономические туры в разных странах нами был проведен социологический опрос среди студентов 1-3 курса ВГУЭС. В ходе опроса были получены результаты, представленные на рисунке 4.

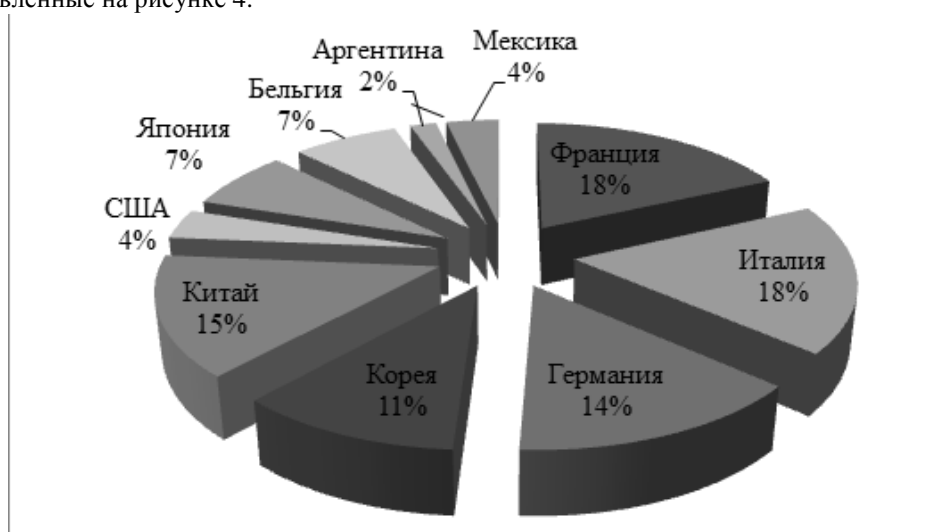


Рисунок 4 – Выбор страны посещения с целью дегустации местной еды и напитков.

Анализ проведенных исследований позволяет сделать вывод, что абсолютными победителями являются кухни Италии, Франции и Испании, в то время как свидетельствует о том, что для жителей Дальнего Востока большим спросом пользуется восточная кухня (Китай, Корея).

С точки зрения культуры гастрономического туризма термина Дальневосточная кухня не существует, и собранной рецептуры данной кухни нет. Вместе с тем, Дальневосточная кухня проявляется в определенных элементах. Морские акватории Японского и Охотского моря богаты своей флорой и фауной, потому на столе жителя Дальнего Востока часто можно встретить разнообразие морепродуктов (гребешки, мидии, устрица, корбикюла, спизула, ежи, трепанг, крабы, креветки, кальмар, осьминог, ламинария). В хозяйствах пресноводной аквакультуры Приморья выращиваются осетровые, карп, толстолоб; щука, сазан, верхогляд, судак. Леса позволяют похвастаться такими дикими растениями как киш-миш (актинидия), лимонник, кедровый орех, папоротник, черемша, различного вида грибы и ягоды.

Кроме того большое влияние имеют кухни соседних стран, в первую очередь корейской и китайской[7]. Однако потенциал развития кухни Дальнего Востока очевиден. Тем более, что жители Приморья хотят ее выдвинуть на ресторанный уровень. Кексы «Вава», например, стали самым популярным десертом среди жителей и посетителей города Владивостока. Примером может также служить «Food Fight» - поединок двух гастрономических школ, который прошел 8 октября 2013 года в Port Cafe города Владивостока [5]. В нем приняли участие команда поваров Port Cafe, представлявших дальневосточную региональную кухню и повара ресторана из города Суйфэньхе (Китай).

Полученные материалы доказывают, что дальневосточная кухня еще не сформирована, однако она имеет право на существование и выход на международный уровень.

Таким образом, в ходе данной работы мы выяснили, что гастрономия является одним из ключевых элементов развития туристской отрасли. В ходе гастрономических поездок туристам предоставляется возможность оценить кулинарные шедевры, которые при приготовлении на родине отличаются национальным колоритом, а также хранят в себе многовековые традиции. К сожалению, уровень развития гастрономического туризма на Дальнем Востоке не так высок, как в кулинарных европейских мегаполисах мира, однако он имеет большие перспективы, так как не каждый регион может похвастаться изысканной подачей такого разнообразия морских деликатесов, преимущественно благодаря особенностям климата и хозяйственной деятельности населения.

1. Белова Ю. В. Сравнительная характеристика национальных особенностей туристов из Европы, Африки и Азии [Текст] / Ю. В. Белова // Молодой ученый. — 2014. — №11. — С. 190-193. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.moluch.ru/archive/70/12056/>
2. Каурова А.Д. Организация сферы туризма: Учебное пособие. - СПб., 2004. - 320 с.
3. Куклова И.В. А вы пробовали думать о пище не как о еде? / И.В. Куклова // Гостиница и ресторан. – 2004. - №8. – С. 38-40
4. Морозов М. А. Маркетинговый анализ развития зарубежного туризма Японии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mavriz.ru/articles/2000/4/360.html>
5. Новости Владивостока [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.newsvl.ru/vlad/2013/11/08/117874/>
6. Путеводитель «Arrivo»[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.arrivo.ru/statii/eda/7-luchshih-stran-dlya-gastronomicheskogo-turizma.html>
7. Эдуард Рябкин «Что такое Дальневосточная кухня?» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://konkurent.ru/obshchestvo_i_kultura/398-chto-takoe-dalnevostochnaya-kuhnya.html
8. «Global Report on Food Tourism», Published by the World Tourism Organization (UNWTO), Madrid, Spain.
9. Kitchenmag [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kitchenmag.ru/posts/gastronomicheskiy-turizm-7-luchshikh-marshrutov>
10. UNWTO [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mkt.unwto.org/ru/barometer>
11. USA Today [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://traveltips.usatoday.com/culinary-tourism-1910.html>
12. USA Today: «What is culinary tourism?» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.usatoday.com/travel/>
13. What is culinary tourism? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.caribbeanfoodemporium.co.uk>
14. World Food Travel Association [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://worldfoodtravel.org/>