

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Национальный научно-образовательный инновационно-технологический консорциум вузов сервиса  
Департамент образования и науки администрации Приморского края  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
«Владивостокский государственный университет экономики и сервиса»

---

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

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

(17–18 апреля 2014 года)

**В шести томах**

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

**Том 2**



Владивосток  
Издательство ВГУЭС  
2014

ББК 74.584(255)Я431  
УДК 378.4  
И73

**Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие Дальневосточного региона России и стран АТР** [Текст ] : материалы XVI междунар. науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых исследователей (17–18 апреля 2014 г.) : в 6 т. / под общ. ред. Т.В. Терентьевой; Владивостокский государственный университет экономики и сервиса. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2014. – Т. 2. –168 с.

ISBN 978-5-9736-0267-3

Включены материалы XVI международной научн-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, 17–18 апреля 2014 г.).

Том 2 представляет широкий спектр исследований студентов вузов Дальнего Востока и других регионов России, ближнего и дальнего зарубежья в области научно-образовательной деятельности, подготовленных в рамках работы секций конференции:

- Дизайн: актуальные проблемы и тенденции;
- Сервисные технологии. Индустрия моды;
- Туризм, спорт и физическая культура.

ББК 74.584(255)Я431  
УДК 378.4

ISBN 978-5-9736-0267-3

© Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, 2014

й	<i>Никулина А.И.</i> Спортивные сооружения для оздоровления населения (на примере горнолыжной	
60	базы «Горный воздух», г. Южно-Сахалинск).....	122
64	<i>Никулина В.И., Никулина А.И.</i> Перспективы развития экстремальных видов спорта в Камчатском	
	крае.....	124
66	<i>Никулина В.И.</i> Современные тенденции развития экстремальных видов спорта в контексте	
	строительства и реконструкции спортивных сооружений (на примере ЦАО «Комета»	
	г. Владивосток).....	127
68	<i>Остротика М.О.</i> Особенности развития экстремальных видов спорта и туризма.....	128
68	<i>Поликарпова А.А., Балаева А.А.</i> Краеведческие исследования для организации экскурсионных	
69	маршрутов по Приморскому краю «Царство Никанское».....	131
	<i>Пудренко А.В.</i> Развитие экологического туризма в Приморском крае.....	133
71	<i>Пудренко А.В.</i> Перспективы развития въездного туризма в Приморском крае на примере	
	взаимоотношений с Японией.....	134
74	<i>Суханова Н.В.</i> Использование образовательного туризма как инструмента по осуществлению	
75	маркетинговой стратегии предприятия на примере МШГМ (ВГУЭС).....	136
а,	<i>Тимощук В.И.</i> Особенности физкультурно-оздоровительных технологий на промышленных	
76	предприятиях г.Владивостока.....	138
	<i>Федорева А.Ю., Рахлян М.С.</i> Внешнеэкономический потенциал туристической	
79	привлекательности Приморского края.....	140
82	<i>Шереметов И.А.</i> Проблемы улучшения качества жизни лиц молодого возраста с ограниченной	
85	мобильностью.....	141
	<i>Шершинева Д.Ю.</i> Особенности развития спортивно-событийного туризма в регионах России..	144
88	<i>Шестернина А.В., Бодянская С.Ю.</i> Анализ предложений туристских компаний Приморского	
90	края по экологическому туризму.....	146
93	<i>Шестернина А.В., Бодянская С.Ю.</i> Философская этика как сущностная основа	
95	гостиничного сервиса.....	148
97	<i>Шингарева А.А., Крылова И.А.</i> Здоровое питание.....	151
	<i>Шульгина М.А.</i> Экономическое значение ресторанных услуг при гостинице на примере ГРК	
10	«Аванта».....	154
12	<i>Шульгина М.А., Щербатова Л.Н.</i> Состояние сервисного обслуживания в г. Владивостоке на	
	примере ресторанов китайской кухни.....	154
14	<i>Яковлев А.Н., Мильников И.Е.</i> Физкультурно-спортивная деятельность в системе	
17	многоуровневого образования как новый вектор воспитания физической культуры личности (на	
10	примере ВГУЭС).....	158
	<b>СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ.....</b>	<b>163</b>

2  
3  
6  
8  
9

ния на базе охраняемых территорий. Важная роль в этом проекте отводится развитию основ экопознавательного туризма и экологических экскурсий. Для каждого заповедника были разработаны маршруты, программы применительно к разным категориям посетителей. Подобно западным странам, были сформированы туристические пакеты, налажены связи с потенциальными заинтересованными лицами. Заповедники Приморского края вовлечены в программу распространения опыта основ эколого-экскурсионной деятельности [5].

Поддержка экотуризма и природоохранной деятельности должна способствовать осознанию обществом факта, что сохранение природы является существенным условием улучшения уровня жизни. Экологический туризм – главной целью которого является экологическое просвещение туристов, создание новых рабочих мест и источников дохода для местных жителей, а также привлечение финансовых средств для поддержания и развития охраняемых природных территорий, в конечном итоге, будет содействовать становлению заповедников как региональных культурно-просветительских центров.

Для нашего региона с уникальными природными и культурными туристскими ресурсами необходима разработка и реализация специальных государственных и региональных программ развития экотуризма и финансирование его развития на начальном этапе из государственного бюджета.

Экотуризм может стать фактором устойчивого развития территории. Приморью в рекреационной системе Дальнего Востока отводится узловую роль региональной зоны отдыха. Доходы от туризма будут способствовать экономической стабильности, так как этот бизнес даст рабочие места и увеличит гибкость рынка труда. Доходы от туристического бизнеса могут инвестироваться в инфраструктуры, которые больше никак не финансируются и на посещаемых туристами территориях, и в других областях края.

Туристический бизнес является одним из самых привлекательных видов бизнеса. Природные ресурсы при этом не расходуются, поэтому многие страны мира формируют значительную часть бюджета именно за счет экотуризма. Регионом туристической перспективы, экологический потенциал которого не используется, является Приморский край.

1. Берсенев Ю.И. Особо охраняемые природные территории Приморского края / Ю.И.Берсенев. – Владивосток: МК-Дизайн, 1997. – 41с.

2. Данилина Н. Р. Экологическое просвещение в заповедниках: возможности, некоторые результаты и задачи / Н.Р.Данилина //ООПТ: природа и люди. Экопросвещение и экотуризм: опыт и проблемы: сборник материалов. – М.: Эколого-просветительский центр "Заповедники", 1999. – 66 с.

3. Косолапов А.Б. Экологический туризм в Приморском крае и работа гида на маршруте: метод. рекомендации / А.Б.Косолапов, С.А.Лозовская. – Владивосток: ДВГАЭУ, 2003. – 39 с.

4. Преловский В.И. О содержании понятия "экологический туризм" / В.И.Преловский //География и природные ресурсы. – 2002. – №2. – С. 24–31.

5. Селедец В.П. Социальная экология: хрестоматия /В.П.Селедец. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2004. – 156 с.

6. Экологический туризм в Приморье. Ресурсы и маршруты / под. ред. П.Я. Бакланова, М.Т. Романова, В.И. Преловского. – Владивосток: Дальнаука, 2001. – 30 с.

7. А. В. Галанин, Л. М. Долгалева. Ботанический сад-институт ДВО РАН, г. Владивосток [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://old.botsad.ru/p\\_papers8\\_4.htm](http://old.botsad.ru/p_papers8_4.htm)

## ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В ПРИМОРСКОМ КРАЕ НА ПРИМЕРЕ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ С ЯПОНИЕЙ

А.В. Пудренко, студент 3 курса, Институт сервиса, моды и дизайна

*Владивостокский государственный университет экономики сервиса, г. Владивосток*

В статье рассматриваются перспективы сотрудничества России с Азиатско-Тихоокеанским регионом в сфере туризма. В частности, анализируются предпосылки для развития отношений в сфере туризма между Приморским краем и Японией. Актуальность темы обусловлена тем, что в настоящее время, в условиях интенсивно развивающихся и крепнущих межгосударственных, культурных и туристических контактов России и Японии, изучение национальных традиций, психологических особенностей может оказаться очень полезным для установления туристских взаимоотношений между странами.

*Ключевые слова:* въездной туризм, туристский рынок, развитие туризма.

В настоящее время Россия занимает весьма незначительное место на мировом туристическом рынке. Перед российской индустрией туризма встает проблема поиска таких методов построения эффективной системы управления, которые позволили бы укрепить рыночные позиции каждой российской организации, занимающейся обслуживанием туристов, способствовать дальнейшему развитию всей сферы туристского бизнеса.

В последние годы значимость Приморского края в Азиатско-Тихоокеанском регионе возрастает и рассматривается как территория перспективного и многостороннего международного сотрудничества в различных областях, в том числе и в сфере туризма. Международный туризм в Приморье носит ярко выраженный внутрирегиональный характер. На сегодняшний день в большей степени региону присущ выездной туризм: 99 % убытий из Приморья направлено в страны Азии и Тихого океана (КНР, Республика Корея, Япония, Таиланд, Вьетнам, Сингапур, Филиппины, Индонезия, Малайзия). Из чего следует, что для края первоочередной задачей яв-

ляется развитие въездного туризма, а также увеличение потока иностранных туристов стран Азиатско-Тихоокеанского региона. К таким странам относится и Япония, с которой Приморский край связывают тесные историко-культурные связи и современные отношения, касающиеся различных сфер деятельности.

Согласно «Стратегии социально-экономического развития Приморского края до 2025 г.», от 20 октября 2008 года № 324-КЗ, основная цель развития туризма – формирование современного туристического продукта Приморского края и обеспечение его конкурентоспособности на рынках АТР и Российской Федерации. В свою очередь, туристская отрасль в Приморском крае имеет перспективы и потенциал для развития отношений, как с Японией, так и с другими близлежащими странами, благодаря своему уникальному географическому и политическому расположению. Крупным связующим транспортным узлом и отправной точкой в вопросах туризма в регионе является город Владивосток – портовый и рыбацкий город, чем привлекает внимание стран Японии, Китая, Республики Корея, с которыми на протяжении длительного времени были тесные взаимоотношения. Столица Приморья все чаще становится местом проведения крупных официальных мероприятий международного и федерального уровня, например как саммит АТЭС в 2012 г. [1].

Япония является одним из стратегических партнеров Приморского края в сфере туризма, благодаря территориальной близости и стремлению сторон развивать всестороннее международное сотрудничество. Приморский край уже на протяжении нескольких лет поддерживает дружественные отношения с такими японскими префектурами, как Тоттори, Акита, Тояма, Симанэ, Ниигата и Хоккайдо.

С 2011 г. наблюдается возрастание въездного туризма из Японии в Приморский край. Основной целью являются деловой и научный туризм, увеличилось число японских делегаций и групп, посетивших город и край с туристскими и иными целями. По данным Федерального агентства по туризму и Приморскстата, показатели туристского въезда из Японии в Россию на 2011 г. составили 37 985 человек (10 % от предыдущего 2010 года), на долю же Приморского края приходилось 4219 человек (11,1 %). В Приморский край в 2011 г. турпоток из Японии был увеличен вдвое, по сравнению с 2010 г. и составил 2 108 человек (4,9 %) [3].

Наибольшее распространение в Приморском крае получил выездной туризм. Приоритетным направлением в развитии туристской индустрии края является Китай, чей показатель на 2011 г. составил 581 658 человек (89,3 %), но также динамично растет число туристов выезжающих в Республику Корею – 37 117 человек (5,7 %) и в Таиланд – 22 840 человек (3,5 %). Япония в выездном туризме Приморского края занимает всего лишь небольшую долю – 2093 человека (0,3 %) [3].

Данные статистики указывают на слабое развитие японского направления во въездном и выездном туризме региона, что обусловлено следующими факторами. Во-первых, туристская индустрия в Японии является одной из самых развитых в мире. И наряду с другими передовыми странами задает новейшие тенденции на мировом рынке туризма, участвует в создании глобальных союзов и стратегических альянсов в гостиничном хозяйстве, на рынке авиапутешествий и в сфере компьютерных систем бронирования турпродуктов. Регионы Дальнего Востока, в частности Приморский край, в силу неразвитости туристского бизнеса не могут в полной мере войти в этот высокотехнологический рынок.

Во-вторых, Япония, ориентируясь на мировые рынки Америки, Азии и Европы, учитывает предложения туристов от этих регионов. Основываясь на предпочтениях таких туристов, японские туроператоры строят свою маркетинговую стратегию на продвижение турпродуктов, которые по большей мере недоступны основной массе туристов из России. Причиной тому являются высокие цены на авиабилеты, проживание, питание и транспортные услуги внутри Японии.

В-третьих, в Японии продвижение турпродуктов на рынке – длительный и сложный процесс, поскольку японский бизнес склонен работать с проверенными «брендовыми» партнерами, которые зарекомендовали себя на туристском рынке и существуют определенное время. Примером такого партнера может служить деятельность японского отделения ВАО «Интурист» («Intourist Japan»), которое существует на рынке с 90-х годов XX века, сохраняя при этом свои деловые контакты и привлекая к сотрудничеству новых туроператоров. В настоящее время на долю ЗАО «Интурист-Находка» приходится до 50 % японских туристов, посещающих Приморский край [2].

В январе 2012 г. между Россией и Японией было подписано Межправительственное соглашение об упрощении процедуры выдачи виз для граждан России и Японии. Документ упростил общение между гражданами двух стран, а также оказывает содействие развитию контактов деловых, научных, культурных и общественных кругов для улучшения дальнейших российско-японских отношений в целом. Администрацией Приморского края неоднократно принимались программы по развитию туризма. Сегодня в крае действует государственная программа «Развитие туризма в Приморском крае на 2013–2017 годы» с общим объемом финансирования более 500 млн. рублей. Задачами программы является: «создание инфраструктуры туризма с использованием кластерного подхода; совершенствование нормативно-правового регулирования в сфере туризма, направленного на содействие развитию системы обеспечения безопасности туристов, образования в сфере туризма, обеспечения и повышения качества туристских услуг и их доступности для всех слоев общества; реализация кадрового потенциала индустрии туризма; разработка и реализация маркетинговой стратегии, направленной на формирование образа Приморья как региона, благоприятного для путешествий и отдыха» [3].

*Результаты и выводы.* Несмотря на то, что туристская отрасль в крае относительно молодая, что объясняется ранее закрытым статусом Приморья, в настоящее время начинает динамично развиваться. Организована система подготовки профессиональных кадров, которая осуществляется в Дальневосточном федеральном университете (ДВФУ), а также во Владивостокском государственном университете экономики и сервиса

(ВГУЭС). В учебных заведениях готовят профессиональных гидов-переводчиков, квалифицированных кадров для работы в гостиницах, ресторанах и предприятий общественного питания, культурно-развлекательных комплексов, с учетом национальных и психологических особенностей каждой страны, в том числе и Японии.

В то же время в Приморском крае имеется ряд факторов, сдерживающих полноценное развитие сферы туризма. Японские туристы до сих пор продолжают воспринимать Россию как страну, неблагоприятную для путешествий туристов. Причиной этому является не удовлетворяющий японцев уровень санитарии и безопасности в стране, также цена, качество, степень комфортабельности, уровень гостиничных услуг, туристские маршруты и таможенные процедуры. Поэтому Приморскому краю, обладающему необходимым потенциалом, важно формировать благоприятный имидж для развития взаимоотношений между Россией и Японией в сфере туризма.

Таким образом, имеющийся в Приморском крае туристский потенциал и уровень развития туризма, в целом позволяет развиваться въездному туризму Японии. Но существует ряд значимых проблем, требующих пристального внимания и серьезного подхода к их решению, и прежде всего – недостаточное развитие туристской инфраструктуры (транспорт, предприятия питания, индустрии развлечений, объекты туристского показа и др.).

1. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2025 года/ Официальный сайт Администрации Приморского края. – Режим доступа: <http://primorsky.ru/authorities/executive-agencies/departments/economics/development/strategy/pk-25.php>

2. Берестовой Д.А. Развитие туристических связей между Приморским краем и Японией (1992–2011г.). – Владивосток: ДВО РАН, 2012. – 40–48 с.

3. Гагаулина С. Ю. Экономика туризма: учеб. пособие. – Владивосток: Издательский дом Дальневост. федер. ун-та, 2012. – 160 с.

4. Туристическая библиотека. Все о туризме: отчет Всемирной Туристской Организации 2011–2012. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tourlib.net/wto.htm>.

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА КАК ИНСТРУМЕНТА ПО ОСУЩЕСТВЛЕНИЮ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ МШГМ (ВГУЭС)

**Н.В. Суханова**, студент 5 курса, Институт сервиса, туризма и дизайна

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, г. Владивосток*

В условиях развития современного рынка комплекс маркетинга играет решающую роль в определении маркетинговой стратегии предприятия. В общем понимании маркетинг – это обширная по своему спектру деятельность в сфере рынка товаров, услуг, ценных бумаг, осуществляемая в целях стимулирования сбыта товаров, развития и ускорения обмена, во имя лучшего удовлетворения потребностей и получения прибыли [1]. Для успешного осуществления маркетинговой стратегии необходимо проанализировать предприятие с точки зрения комплекса маркетинга, который включает такие понятия как: продукт, цена, распределение и продвижение.

В рамках разработки маркетинговой стратегии Международной школы гостиничного менеджмента (ВГУЭС-PIHMS) был выявлен уникальный инструмент по продвижению продукта на рынке образовательного туризма. Таким инструментом стало сотрудничество Международной школы с туристическими фирмами и международными образовательными центрами на основе договора по привлечению слушателей образовательной программы.

Использование сферы образовательного туризма, как инструмента маркетинговой стратегии, позволило построить новый канал распределения. Под данным термином понимается – совокупность предприятий, отдельных лиц, связанных с передвижением товаров и услуг от производителя к потребителю, и рассматриваемых в качестве посредников [2]. Стоит отметить, что новые каналы распределения, согласно своим функциям, помогают решить следующие задачи: установление контактов с потребителями и заключение договоров, стимулирование сбыта, организация рекламных мероприятий и выставочных работ, что крайне необходимо для Международной школы в деятельности по привлечению слушателей образовательной программы.

Для построения новых каналов были поставлены следующие задачи: проведение статистического анализа сферы образовательного туризма в Приморском крае, организация таких рекламно-ознакомительных мероприятий, как рекламная рассылка электронных писем, деловые звонки и встречи, среди потенциальных партнеров, заключение договоров о сотрудничестве, участие в международных выставках туризма и зарубежного образования.

Сбор и анализ статистических данных показал, что в Приморском крае зарегистрировано 236 туристских организаций, 119 из которых внесены в единый федеральный реестр туроператоров. Кроме того, на территории края осуществляют деятельность представительства, филиалы и обособленные подразделения предприятий из г. Москвы, Хабаровского края, Новосибирской и Камчатской областей, Еврейской автономной области [3]. Из них 32 осуществляют деятельность в направлении образовательного туризма или занимаются развитием