

№ 2 (29) .....

# ТЕРРИТОРИЯ НОВЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ

Вестник  
Владивостокского государственного  
университета экономики и сервиса

.....

Учредитель и издатель:  
Владивостокский государственный университет  
экономики и сервиса



Владивосток  
2014

ISSN 2073-3984

## РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

- Г.И. Лазарев* – *председатель совета*, доктор экономических наук, профессор, ректор Владивостокского государственного университета экономики и сервиса (Владивосток, Россия)
- Nguyen An Ha* – associate professor, PhD, доцент, директор Института Европейских исследований Вьетнамской академии социальных наук (Ханой, Вьетнам)
- Do Huong LAN* – PhD, заместитель директора по исследовательской и учебной работе, преподаватель факультета Международной экономики и бизнеса Университета внешней торговли (Ханой, Вьетнам)
- W.L. Clayton* – профессор Международной экономики университета Джонса Хопкинса, Школа передовых международных исследований (САИС) (Балтимор, США)
- С.Ю. Алимов* – доктор юридических наук, профессор, зав. кафедрой государственно-правовых дисциплин Российско-таджикского (славянского) университета (Душанбе, Таджикистан)
- П.Я. Бакланов* – доктор географических наук, академик РАН (Владивосток, Россия)
- Т.М. Бойцова* – доктор технических наук, профессор (Владивосток, Россия)
- Ю.Г. Евтушенко* – доктор физико-математических наук, академик РАН, директор Вычислительного центра им. А.А. Дородницына Российской академии наук (Москва, Россия)
- В.В. Желтов* – доктор философских наук, профессор (Кемерово, Россия)
- Н.А. Смирнова* – доктор технических наук, профессор каф. дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров ФГБОУ ВПО «Костромской государственной технической университет», председатель КРО ООО «Союз дизайнеров России» (Кострома, Россия)
- Г.П. Старкова* – *заместитель председателя совета*, доктор технических наук, профессор (Владивосток, Россия)
- Т.В. Терентьева* – доктор экономических наук, профессор (Владивосток, Россия)

## РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

- Л.И. Кирсанова* – *главный редактор*, доктор философских наук, профессор (Владивосток, Россия)
- Н.А. Конопеева* – доктор культурологии, профессор (Владивосток, Россия)
- В.В. Крюков* – доктор экономических наук, профессор (Владивосток, Россия)
- А.П. Латкин* – доктор экономических наук, профессор (Владивосток, Россия)
- Л.С. Мазелис* – доктор экономических наук (Владивосток, Россия)
- Л.М. Медведева* – доктор исторических наук, профессор (Владивосток, Россия)
- В.П. Смагин* – доктор физико-математических наук, профессор (Владивосток, Россия)
- К.С. Солодухин* – доктор экономических наук, доцент (Владивосток, Россия)
- О.Ю. Ворожбит* – доктор экономических наук, профессор (Владивосток, Россия)

Редакция журнала в своей деятельности руководствуется положениями гл. 70 «Авторское право» Гражданского кодекса Российской Федерации и рекомендациями международного Комитета публикационной этики (COPE) – <http://publicationethics.org/resources/flowcharts>.

Публикуемые материалы, мнения и выводы могут не совпадать с точкой зрения редакции. Авторы несут ответственность за оригинальность публикации, подбор и достоверность приведенных фактов, цитат, статистических данных, имен собственных, географических названий и прочих сведений, а также использование данных, не предназначенных для открытой печати.

При цитировании и копировании публикаций ссылка на журнал обязательна.

Мамаков А.А., Перерва Л.М. Скрытая и надежная передача информации для задач судоходства	111	Mamakov A.A., L.M. Pererva Hidden and reliable transmission of information for navigation tasks
Гриняк В.М. Многоуровневая модель оценки безопасности движения морских судов в ограниченных водах	120	Grinyak V.M. Multy-level model for ships collision risk assessment in restricted waters
<b>Дизайн в социокультурном пространстве</b>		<b>Design in socio-cultural space</b>
Обертас О.Г., Лыков Г.Г. «Места общения»: к вопросу оборудования городской среды	130	Obertas O.G., Likov G.G. "Places of communication": to question equipment of the town environment
Серебряков С. Новые технологии в монументальном декорировании подпорных стен (на примере г. Владивостока)	138	Serebryakov S. New technologies in the monumental decoration of retaining walls (for example, Vladivostok)
Плеханова В.А. 3D-технологии и их применение в дизайне	144	Plekhanova V. A. 3D-technologies and application in the design
Храпко О.В., Копьева А.В. Оптимизация внутригородской среды средствами ландшафтного дизайна	154	Khrapko O.V., Kop'eva A.V. Optimization of an intra-city area by means of landscape design
<b>Туризм</b>		<b>Tourism</b>
Бурилова В.С., Ильина А.В. Сувенирная компонента как элемент туристского комплекса г. Владивостока	159	Burilova V.S., Ilina A.V. Souvenir component as part of a tourist complex in Vladivostok
Дмитриенко О.С. Анализ состояния туризма в Приморском крае: сильные и слабые стороны отрасли	166	Dmitrienko O.S. Analysis of the state of tourism in Primorsky Krai. Strengths and weaknesses of the industry
Жеурова С.В., Лаврушина Е.Г. Кластерные взаимодействия предпринимательских структур и особо охраняемые природные территории – пути развития	172	Zheurova V.K., Lavryshina E.G. Development of a test version of the mobile application security in the journey by the example of the city of Vladivostok
Правила публикации статей	182	Правила публикации статей

# Сувенирная компонента как элемент туристского комплекса в Владивостоке

В рамках данной статьи дано определение сувенирной составляющей туристского комплекса Владивостока, рассмотрены мировая и национальная опыт развития туристского сувенира как удельного роли сувенирной составляющей в структуре факта на примере предприятия «Владивосток».

Ключевые слова и термины: туризм, сувенир, туристский комплекс, сувенирная продукция, сувенирная индустрия.

У. В. Вилкина  
А. В. Пуля

Far Eastern State University of Economics and Services  
Vladivostok, Russia

## Souvenir component as part of a tourist complex in Vladivostok

The article defines the souvenir component as a product part of tourist complex in Vladivostok. The world and domestic experience of souvenir development is evaluated. Particular attention is paid to a role of souvenir in the structure of tourist complex. The spatial attention is paid to a role of souvenir as a position of a multiplicative effect on the structure of tourist complex service consumer tourist economic market of Vladivostok.

Keywords: tourism, souvenir, tourist complex, souvenir product, souvenir industry.

Туризм является одним из основных источников развития целого ряда отраслей и секторов экономики. Прежде всего, сельского хозяйства, общественного питания, розничной торговли, сувенирной промышленности, сферы услуг и др. В этом выражается его мультипликативный или мультипликативный эффект. Сувенирная компонента существует в рамках элементов рыночной структуры и среди всех ее элементов для туристского комплекса является наиболее важной, так как ее основными потребителями являются туристы и экскурсионисты. Важность сувенирной отрасли подтверждается ее ролью в ее участии в мультипликативном эффекте туриста, о котором часто говорят и практики и теоретики туристского бизнеса.

Мультипликативный эффект туризма находится в обратной зависимости от уровня развития региона [1]. В Америке он равен 1,5, а в Европе - 2. В Кардаше статье [2] в 80% стран мира туризм входит в пятерку главных источников статей, а почти в 40% стран - это одна из ведущих статей дохода. - говорит помощник исполнительного директора Всемирной туристической организации в Европе Анарей Шаевски. - Доход от туризма в размере свыше 1 млрд \$ в год получают свыше 100 стран. Даже Франция, которая, по сути, представляет собой большую экономику. Но и ей «массовый туризм приносит 3 млрд \$ в год».

Мировая практика свидетельствует, что туристский бизнес по доходности и динамичности развития уступает лишь добыче и переработке нефти. По данным ВТО, туризм обеспечивает 10% оборота производственно-сервисного рынка планеты, на его долю приходится 6% мировой национальной продукции (ВВП), 7% мировых инвестиций, 3% на живых поступлений.

Роль туризма в экономике Владивостока как регионального центра играет важную роль в решении социальных проблем, стимулирует создание дополнительных рабочих мест, обеспечивает занятость и повышение качества жизни населения. Туристская индустрия оказывает стимулирующее воздействие на развитие сопутствующих туризму сфер экономической деятельности, таких как транспорт, связь, торговля, производство сувенирной продукции, сфера услуг, общественное питание, сельское хозяйство, строительство, выступает катализатором социально-экономического развития регионов. Удовлетворяя потребности въезжающих туристов, туристская индустрия является источником поступления финансовых средств.

Туризм оказывает прямое или косвенное воздействие не только на доходную часть федерального и регионального бюджета, но и на формирование валового национального продукта. Оценить уровень этого воздействия в упрощенном виде можно через сумму налоговых отчислений в бюджет различных уровней и во внебюджетные фонды. Вместе с тем опыт научно-практических исследований в значительной степени зарубежных показывает, что такой подход носит ограниченный характер и содержит значительную ошибку, которая во многих странах была предпринята еще в 70-х годах прошлого столетия [2].

Под прямым воздействием следует понимать непосредственное увеличение доходов предприятий при покупке туристами их товаров и услуг, а также создание новых рабочих мест в результате роста прибыли от туризма. Косвенные же эффекты можно считать связанными с наличием мультипликативного эффекта туристского спроса, реализованного или имеющим возможность. Да. Косвенно

...и теории, рост спроса в определенной сфере приводит к...  
...развития целого ряда отраслей. Так, применительно к туризму, расходы туристов  
...и работники данных предприятий. В итоге обра-  
...и косвенного воздействия туризма на социально-экономическое раз-  
...и пока до конца не изучена, тем не менее, в процессе своих исследо-  
...многие ученые утверждают, что туризм является отраслью, которая дает  
...сильный мультипликативный эффект. Для многих государств и регио-  
...отрасль играет роль «локомотива» в народном хозяйстве, так она прямо  
...связана минимум с 33-мя другими отраслями экономики.

Американские ученые Харрисон и Кап установили, что по самым скромным  
...мультикоэффициент в США равен значению 1,5. То есть каждый ту-  
...в неделю 910 \$, на самом деле приносит региону 1365 \$. Исследуя  
...эти же авторы утверждают, что для США каждая новая сотня  
...создает одно рабочее место. Вполне понятно, что это приводит к росту  
...и к росту налоговых поступлений. Анализируя расходы туристов,  
...каждый турист тратит в Штатах в среднем 110 \$ в день. Струк-  
...денежных средств туристов в США в среднем такова: размещение –  
...питание – 20%, транспорт (в т.ч. общественный) – 15%, развлечения – 10%,  
...расходы – 25% [3].

Следует отметить, что степень как прямого, так и косвенного воздействия в раз-  
...переносит неодинаковый характер, и поэтому мультикоэффи-  
...каждой стране и регионе различен и не может применяться автоматически.

Для зарубежных стран давно признана приоритетную роль туризма в разви-  
...Яркий пример – Турция, где для индустрии туризма предусмотре-  
...от налогов на строительство, от налогов пошлин при импор-  
...начина работы предприятия, от налоговых пошлин при импор-  
...на 100%, компенсация НДС, использование  
...налоговое кредит и т.д. Предоставляются также налоговые  
...Это привело к тому, что среднегодовые темпы роста до-  
...в середине 90-х составили в мире – 9,6%, в Европе – 9%, а в  
...16,8%. Аналогичный комплекс мер в России также может привести к  
...но прежде необходимо провести серьезные макро-  
...и обоснования [3, 4].

Для туристского комплекса в обозначенном направлении особенно выде-  
...мультипликативного эффекта.

...производитель сувенирной продукции можно условно разделить на  
...производительного цикла.  
...производительного цикла.  
...производительного цикла.  
...производительного цикла.

«Приморский кондитер», «Усурийский бальзам», Гончарная мастерская «Жар-птица» г. Фокино, ИП Грязская Т.П., «Маджента» (фирма по производству сувенирной тематики, единственная на Дальнем Востоке).

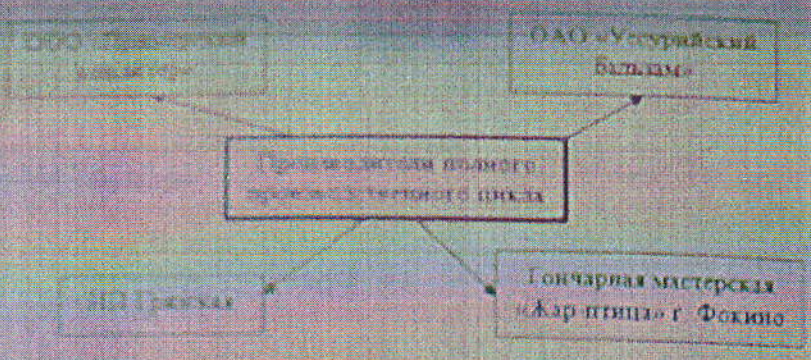


Рис. 1 Производители полного производственного цикла

Как представляется на рис. 3, на рынке г. Владивостока в настоящее время существует всего 4 предприятия полного цикла, в структуру которых входит и производство сувенирной продукции. Приморский кондитер, Усурийский бальзам, Гончарная мастерская «Жар-птица», ИП Грязкая Т.П., все 4 производителя представляют свою специфику и несут свою специфику в сувенирной продукции.

Производители частичного производственного цикла выполняют только часть работ, как правило это нанесение изображения заказчика на различные предметы, которые заказываются у оптовиков или предоставляются заказчиком. На рисунке 2 показаны основные предприятия данного типа, представленные на рынке г. Владивостока. Наиболее известные среди них рекламно-производственные компании: «Маджента», «Платина», «Рекламные сувениры», «Ирокез», «Кредо» и др. [1].

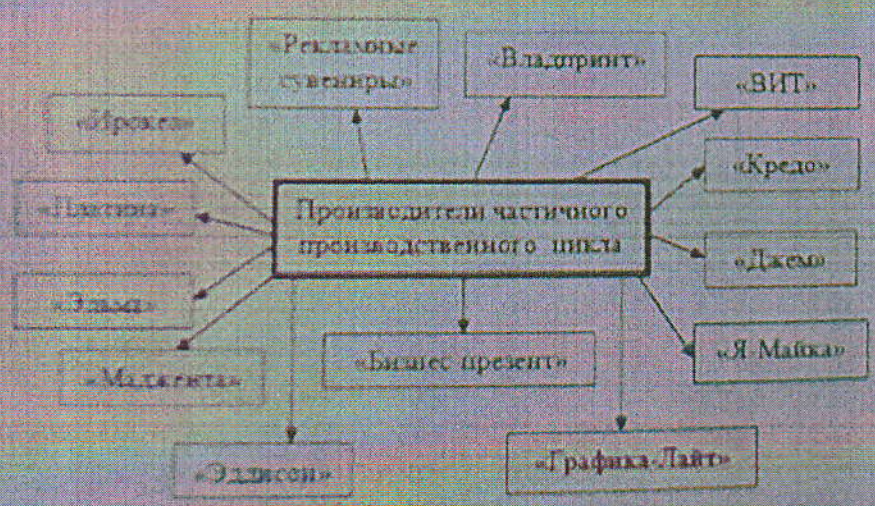


Рис. 2 Производители частичного производственного цикла

представлены на выставках «Сувениры», «Джем» и др. Основные производители сувенирной продукции у берегов и в глубине острова — это сувениры и минимarket в виде шоколада и паучков — ИП Андреевичка Г.М. в транспортной упаковке — ИП Максимов С.П. ИП ИП Пальская О.А. (ул. Светланская 106), ИП ИП Сайфутдинова Ж.Р. (ул. Пушкина).

Высокие цены продукции пектиновых кондитерской прибыли, ограниченном количестве ассортимента, высокими расходами на сырьевое производство по причине отсутствия эффекта масштаба.

Например, как показано в таблице, стоимость конфет «Торговый Дом — Приморский кондитер» в настоящее время достигает 1450 рублей, а конфеты «Уссурийский бальзам» являются лидером по продажам в этой категории продукции.

Сувенирная компонента туристского рынка в Приморском крае

№	Название организации	Генер (сувениры)
1	ООО «Торговый Дом — Приморский кондитер»	Лидер в производстве кондитерских изделий на Дальнем Востоке. Выпускается более 100 наименований конфет, шоколада, мармелада, печенья, тортов, отмененных десертов, фруктовых пригов и парат междуароматизированного и регионального уровня. Производит «Вечерний Владивосток», «Сладкая Приморская», «Хозяин Гагги», шоколад «Шоколад».
2	ИП Сайфутдинова Ж.Р.	Известный производитель джемов на Дальнем Востоке России. Инициатор бренда ИСО 001. Основные бренды: «Русский остров», бальзам «Уссурийский русский бальзам Русский сувенир», бальзам Кедровая на цедрах Уссурийского лимонного рога, сладкая пастила и др. — самая востребованная продукция в этом сегменте и регионного туризма.



3	ИПТ Трехзвезд Т П	Сувениры морской тематики: тарелки, магниты, брелки, фужеры, кружки, вазы, часы, картины. Участвовали в выставках Саммита АТЭС и выставки «Восток» в Хабаровске. Изделия на заказ: брелки, сувениры, открытки. Бренд-товары: сувениры, открытки, магниты, тарелки, кружки, фужеры, вазы и часы из бересты. Производит сувенирную продукцию: тарелки, магниты, открытки, фужеры, вазы, кружки, часы, сувенирную работу и т.д. Участвует за счет своих средств в краеведческой литературе, культурной работе. Бренд-товары: монеты из латуни с Приморской тематикой, краеведческая литература, сувенирная продукция сувениров.	100-1500
4	Мастер Дреснышев	Декоративно-прикладное искусство русских мастеров, народное художественное промысловое искусство: Палехи, Белоконино, семя Боторо-ажича, Павлово-Посада, Хохлома. Изделия из бересты и нефрита.	100-1500
5	Арт-галерея «Ностальгия»	Сувениры из Гжели, фарфора, керамики, бересты. Имеются изделия из натуральных камней – опала, кварца и нефрита.	100-2000
6	ОАО торговая дом Владивосто тский ГУМ	Сувениры из Гжели, фарфора, керамики, бересты. Имеются изделия из натуральных камней – опала, кварца и нефрита.	150-11000
7	ООО «ДВ Сувениры»	Бренд-товары: продукция: магниты, кружки, фужеры, открытки, тарелки с Владивостокской тематикой.	100-25000
8	Магазин «Уральские самоцветы»	Изделия из янтаря, драгоценных камней, кораллов и жемчуга.	100000
9	Сеть магазинов «Восток» ФУКУРУМУ	Бренд-товары: продукция: советские монеты, клепки, пробки, Владивосток («Исторический очерк», «Современный Владивосток»). Тарелки с Приморской тематикой, «Ретро»-открытки, матрешки, часы, вазы, магниты.	100-3000
10	ИПТ «Сувениры»	Магазин специализируется в основном на дизайнерских вещах от дизайнеров Владивостока. Бренд-товары: сувениры с тематикой Приморского края: брелки, магниты, открытки в стиле «Ретро», ручки Владивосток, сувенир-газетман из 30 копеечной монеты.	100-1500

Многие виды продуктов – своеобразный сувенирный бренд региона, как показано в таблице, стоимость продуктов, имеющих сувенирные маркировки в настоящее время значительно увеличилась и составляет от 55 р. – 1450 р.

На рисунке 3 показана структура товарных групп сувенирной продукции, представленной на рынке г. Владивостока. Доля известных российских брендов составляет 19% в основном это матрешки Гжели, изделия из бересты и др. Доля сувенирной продукции, относящейся к приморским брендам, составляет 30%.

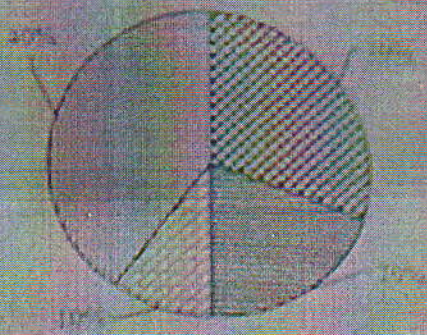


Рис. 3. Структура сувенирной продукции на рынке. Источник: автор

в фирмам ООО «Торговля Дом» – Приморский сувенир – сувениры «Владивосток», «Столица Приморья», «Хозяин Гайтэн», шоколад «НикоИльин», Уссурийский бальзам – производят в оригинальной упаковке бальзам «Хозяин острова», бальзам «Уссурийский», «Уссурийский бальзам Русский сувенир», «Уссурийский бальзам Кедровая пядь», «Уссурийский бальзам Золотой рот». В 2013 году в связи с политическими и экономическими преобразованиями изменилась структура туристских потоков в Приморском крае. Всего туристов из Китая доставит 91 229 чел., из Японии – 35 418 чел., из США – 1304 чел.

Введение развлекательно-шопинговой зоны в бухте «Муравьевая», получение статуса «Киевчине» статусом «открытое небо» и Владивостокским фирмам «Ремонт-Франко», несомненно, значительно повысит туристскую привлекательность Приморского края. Увеличение восточных туристских потоков создаст дополнительный эффект, что повысит спрос на брендовую сувенирную продукцию, производимую в приморском крае.

- И туризм в Россию, в Испанию и вообще. Мультипликативный эффект туризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://newsram.ru>
- Ближние развития туризма на экономику региона [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kmvlnc.ru>.
- Туризм и туристские ресурсы в Приморском крае: комплексный сборник Владивосток, 2014. – 84 с.
- От международных выставок к галере. Владивосток-новости. 2013. апрель. С. 16.
- Создание рекламно-сувенирного рынка Владивостока [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.zavenit segment.ru>
- Art-gallerie «Ностальгия» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.donau.ru>