

Прокат автомобилей	+	+
Сейф	+	+
Конференц-зал	+	+++
Бизнес-центр	+	+
Интернет	+	+
Доставка еды и напитков в номер	+	+
Банкомат на территории отеля	+	+

Примечание: + услуга есть в наличии; ++ или +++ количество услуг

Например, и Аванта, и Хендэ готовы предоставить клиенту личный транспорт с персональным водителем и услуги личного секретаря, который также может выполнять функцию переводчика, резервировать места в ресторане, театре и т.д.

Одним из самых важных факторов для бизнесменов при выборе гостиницы является возможность аренды в бизнес-отеле зала для совещаний. Проведение конференций, семинаров и аналогичных деловых мероприятий требует тщательной подготовки и подходящее под запланированный формат события помещение. Как мы видим, оба отеля могут предложить бизнесменам залы, оборудованные аудиовизуальным и проекционным оборудованием, системами синхронного перевода и доступом в интернет. Более того, бизнес-отель Хендэ может предложить на выбор 5 конференц-залов, отличающихся друг от друга ценой и вместительностью.

Бизнес-клиенты, которые много времени проводят на конференциях и деловых обедах и ужинах, требуют, чтобы в отелях были оборудованы оздоровительные центры и спортивные площадки для разгрузки. Отель «Хендэ» предлагает услуги сауны, массажных кабинетов, фитнес-центра. Гости отеля Аванта могут воспользоваться услугами, предоставляемыми в спортивном комплексе «Чемпион».

Гостиничные комплексы часто организуют деловые ланчи, кофе-брейки, фуршеты, банкеты в перерывах конференций, поэтому в отелях функционируют рестораны, бары и банкетные залы.

Изучение сервисного обслуживания двух бизнес отелей с помощью анализа отзывов клиентов и специалистов в области бизнес-туризма позволило сделать следующий вывод:

- в целом оба предприятия отвечают требованиям бизнес-отеля;
- более удачное расположение имеет отель «Хендэ»;
- но доступнее цены у отеля «Аванта».

Однако, важно не забывать, что отели имеют разные категории («Аванта» – 3*, «Хендэ» - 4*), поэтому считаем, что сервисное обслуживание бизнес-клиентов соответствует заявленной категории каждым отелем.

1. Научная электронная библиотека «Киберленинка» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-delovogo-turizma-v-rossii>

2. Официальный сайт Российской Ассоциации Бизнес Туризма, Russian Association of Business Travel [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.businesstravelrussia.ru/>

3. Система бронирования отелей онлайн Booking.com [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.booking.com/index.ru.html>

УДК 379.85

Этнографический потенциал Республики Корея для организации туристских маршрутов

Гужва Алина Юрьевна,
бакалавр 4 курса, кафедры туризма и гостинично-ресторанного бизнеса
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Россия. Владивосток
E-mail: Miya26-93@mail.ru; тел.: +7(914)6653890
ул. Суханова 5, 6, г. Владивосток, Приморский край, Россия, 690091

Ильяшенко Елена Сергеевна,
доцент, кафедры туризма и гостинично-ресторанного бизнеса
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Россия. Владивосток
E-mail: Elena.Plyashenko@vvsu.ru; тел.: +7(908)4635749
ул. Гоголя, 41, г. Владивосток, Приморский край, Россия, 690014

2014-2015 годы были официально объявлены Национальной организацией туризма Кореи как «годы взаимного туризма России и Кореи». Это своего рода установка между двумя дружественными странами на

увеличение взаимных туристских потоков, повышение уровня взаимодействия в сфере гостеприимства направленные не только на укрепление сотрудничества между государствами как таковое, но и дающее толчок к развитию тематического туризма в страну утренней свежести. Южная Корея, страна, обладающая высоким уровнем развития инфраструктуры, относительно небольшой территорией, и наконец, географической близостью к Дальнему Востоку, интересна не только богатым культурно-историческим наследием, но и этнографическим туризмом.

Ключевые слова и словосочетания: Южная Корея, этнографический туризм, турфирмы Приморского края, культурно-историческое наследие, Дальний Восток.

Role of ethnographic potential of South Korea in organizing of tours

Guzhva Alina Yurevna,
bachelor of the 4th year, tourism and hotel and restaurant business department
Vladivostok State University of Economics and Service
Russia. Vladivostok

Pyashenko Elena Sergeevna,
Associate Professor, tourism and hotel and restaurant business department
Vladivostok State University of Economics and Service
Russia. Vladivostok

Korean Tourism Organization officially announced that 2014 and 2015 are going to be «Years of mutual tourism of Russia and Korea». It means settlement of mindset between two countries, which is aimed at increasing of tourists' flow, improved cooperation in the sphere of hospitality. Moreover, deeper cooperation in the sphere of hospitality would impact on the development of thematic tourism to the Land of Morning Calm. South Korea, a country with highly developed infrastructure, relatively small territory and geographic closeness for Russian Far East are interesting not only by rich cultural and historical heritage, organizing ethnographic tourism also.

Keywords: South Korea, ethnographic tourism, travel agencies of Primorsky Cri, cultural and historical heritage, the Far East.

Республика Корея, сказать, что это страна, сочетающая многовековые традиции и суперсовременность – значит сказать ничего. Южная Корея сегодня – это вздымающиеся ввысь небоскребы, самый быстрый в мире широкополосной интернет и в то же время россыпь многочисленных традиционных деревушек Ханок, неизменно сохраняющих свой первозданный вид на протяжении веков, это Сеульская башня «N» с инновационными осветительными LED-технологиями и ежедневная (три раза в день) церемония смены караула перед главными воротами дворца Токсугун (воспроизведенная историками в мельчайших деталях).

Природное, историческое, культурное наследие страны утренней свежести от древнейших буддийских храмов, дольменов в Кочхане и гробниц до традиционной, народной песни «Ариран» и обсерваторий в Кенджу внесены ЮНЕСКО в список охраняемого Всемирного культурного наследия. Конечно же, это не все объекты материального и нематериального наследия человечества на территории Южной Кореи. Увидеть обычаи и традиции, неповторимый колорит, фольклор, различные ремесла, кухню, которые являются в свою очередь основой этнографического туризма, можно в каждом уголке этой удивительной страны.

Этнографический туризм явление многогранное и до конца не изученное, требующее глубокого рассмотрения и анализа. Существует ряд определений данному виду туризма, но все они объединены тем, что этнографический туризм — это скорее посещение мест где проживает «этнос» (малые народы и национальности) [2, с. 15]. Этнографический туризм - это уникальная возможность пожить в традиционном, для данного народа, доме (в Корее данное предложение получило название «Hanok stay Korea»), познакомиться с местными ремеслами, поучаствовать в национальных праздниках, увидеть обычаи и традиции народов, с древнейших времен до наших дней, неповторимый колорит, фольклор, различные ремесла, кухня, - это возможность народ и его культуру «видеть изнутри».

Можно смело сказать, что этнический туризм один из не многих видов туризма, способствующий «воспитанию» туристов и «прививанию культуры туризма» что делает его на ступень выше чем тот же пляжный или, например, экстремальный виды (основной задачей которых является отдых и развлечение). Во всем мире растет интерес к этнической культуре. Уже сейчас этот вид туризма имеет популярность в странах Центральной Европы. Для Российских же граждан (в особенности жителей ДВ) этнографический туризм остается явлением достаточно специфичным. Это и обуславливает актуальность данной работы.

На сегодняшний день туристское предложение фирм в Приморском крае по направлению ЮК представляет собой ряд стандартных по тематике, «отработанных» за годы маршрутов, среди которых имеют место несколько типов историко-познавательных экскурсий. При этом официальное представительство Национальной организации туризма Кореи в г. Владивосток отмечает, что с середины 2014 года увеличилось число так называемых «туристов-индивидуалов», ищущих идеи для аттрактивного путешествия.

Туризм – это наиболее перспективное направление экономики, которое, как мы знаем, оказывает стимулирующее воздействие на развитие всех сопряженных с ним отраслей. Но на сегодняшний день туристская сфера сама оказалась под мощным влиянием многочисленных экономических изменений, происходящих не только на государственном уровне, но и во всем мире. Для России главным доказательством этих изменений явился резкий рост курса основных валют, повлекший за собой уменьшение «выездных» туристских потоков. Но как показывает практика никакой валютный курс не в состоянии изменить отношения русского человека к хорошему отдыху.

По данным Федеральной службы государственной статистики по Приморскому краю, в 2013 году бесспорными лидерами по посещаемости являлись Китай и страны Юго-Восточной Азии. Страна утренней свежести закрывала рейтинг самых популярных мест отдыха среди дальневосточников (рисунок 1).

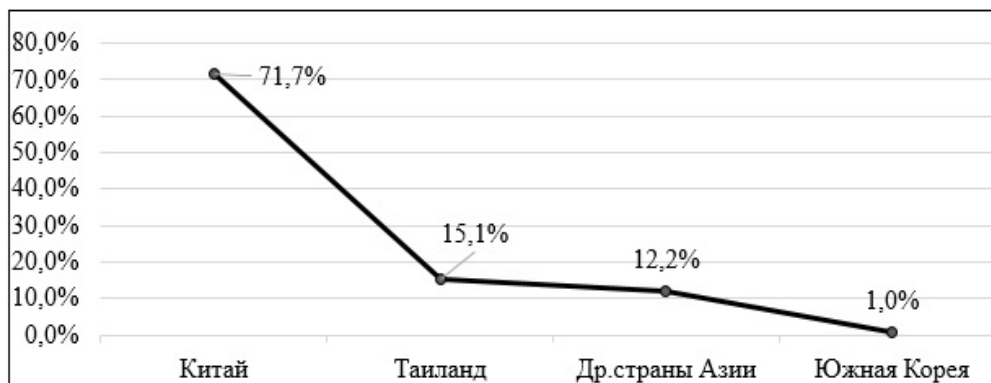


Рисунок 1 – Распределение российских туристов, обслуженных турфирмами Владивостока по странам в 2013 году (страны лидеры)

Сегодня Республика Корея прочно удерживает свои позиции, несмотря на падение выездного турпотока на 12% (январь 2015 г.), тогда как показатель для Юго-восточных стран достиг 47-50%. Как отмечает директор представительства Национальной организации туризма Кореи во Владивостоке господин Пак Хюн Бон 12% это не значительный показатель.

Южная Корея одна из немногих стран, которая в условиях экономического кризиса стремится не только сохранить объём въездного туристского потока из России, но и активно действует для его увеличения. Подтверждением этому могут быть такие факторы как:

- Ценовая стабильность внутри страны (несмотря на многочисленные изменения на мировом экономическом уровне.) и широкий спектр туристических услуг.
- Отмена визы для граждан России и СНГ с 1 января 2014 на срок не больше 60 дней. (с целями - туризм, посещение друзей или родственников, краткий деловой визит или транзит). Суммарный срок пребывания не может превысить 90 дней в каждые 180 дней.
- Снижение стоимости на авиаперелеты в Южную Корею и регулярные акции от Российской авиакомпании «Аэрофлот».

Кроме того, граждане России могут, оформив необходимый пакет документов, отправиться в путешествие на своем автомобиле. «Вообще Южная Корея – страна очень удобная для автомобильного туризма» - такой вывод можно сделать, проанализировав комментарии и отзывы наших Дальневосточных туристов о проделанных путешествиях в страну утренней свежести. Но следует отметить, что данное направление на сегодняшний день остаётся не освоенным дальневосточниками.

Уже в этом году в столице Южной Кореи - Сеул начнет работу специализированный центр для туристов – K-Style Hub, задачей которого станет популяризация темы «корейская волна» (явление проникновения корейской массовой поп культуры в другие страны) и развитие туризма в целом, привлечение культурных и туристических организаций в особенности Дальнего востока.

Следует также отметить, что по данным Федерального агентства по туризму РФ, статистические показатели взаимных поездок граждан России и Южной Кореи на 2014 год выглядят следующим образом:

- Южная Корея – 26 место по популярности выездного туризма для граждан РФ. Всего Республику Корея за 2014 год посетило 235 332 россиян.
- Россия – 9 место по популярности выездного туризма для граждан Республики Корея - 82 494 человека. Всего Россию за 2014 год посетило 135676 корейцев.

Как уже говорилось, «2014–2015 – годы туризма России и Кореи». В рамках этого, пожалуй, одна из основных задач – развитие тематического туризма в Южную Корею. Разработка этнографических маршрутов и в последствии становление самостоятельного этнографического туристского направления на рынке Приморского края, способно решить весомую часть поставленной задачи. Судить о предложении тематических туров в Приморском крае можно по таблице 1, представленной ниже.

Таблица 1

Предложение тематических маршрутов турфирм Приморского края в Южную Корею

№	Предложение	Объем, %
1	Обзорные Экскурсии	7,3%
2	Аквапарки	8,2%
3	Парк Развлечений	10,0%
4	Сбор Клубники	10,0%
5	Образование	6,4%
6	Hanok Stay	0,0%
7	Temple Stay	0,0%
8	Гольф Тур	0,9%
9	О. Чеджу	4,5%
10	Праздники	8,2%
11	Шоппинг	3,6%
12	Медицина	9,1%
13	Сауна, Горячие Источники, Спа	2,7%
14	Горнолыжный Курорт	3,6%
15	Экологическая Экскурсия	7,3%
16	Круизы	4,5%
17	Океанариум	1,8%
18	Lotte	3,6%
19	Корея + Китай	3,6%
20	Посещен. Храма	2,7%
21	Гастрономический Тур	0,9%
22	К-Pop	0,9%

Как мы видим по данным, представленным в диаграмме, в роли лидеров среди тематических маршрутов в Республику Корея выступают: туры в аквапарки (8%) и парки развлечений (10%), сбор клубники (10%), приуроченные к различным праздникам (8%) и медицинские (9%). Но также есть маршруты, количество которых в общем процентном соотношении равно нулю. Например, направление под названием «Temple stay» (последнее десятилетие пользуется большой популярностью у туристов из Америки и Европейских стран). Основная идея этого направления состоит в том, что иностранные туристы (и не только) могут остановиться в настоящем буддийском храме и ощутить на себе все особенности жизни монахов, уединиться в дали от городской будничной суеты. Этот экзотичный вид туризма как мы видим (по процентным показателям таблицы 1) предлагается в ничтожно маленьком количестве турфирм края или не является предложением вовсе. Но ведь если туристские предприятия не предлагают подобные туры, это не значит, что это не будет интересно для Дальневосточного туриста.

Итак, что касается потребителя, на которого нацелено предложение этнографических маршрутов, здесь следует рассматривать: студентов востоковедческих факультетов, институты иностранных языков, этнических корейцев, проживающих на территории Дальнего Востока, молодежные К-рор организации, общие образовательные учреждения, индивидуальных туристов и др. заинтересованные лица. Главная особенность разрабатываемого тура это Hanok stay. Hanok stay – это тип размещения главная особенность которого, уникальная возможность для туристов пожить в настоящем традиционном корейском доме, приобщиться к культуре. Нужно отметить, что стоимость такого размещения ниже обычного.

В перспективе качественно разработанный этнографический маршрут в страну утренней свежести, благодаря активной рекламной политике, сотрудничестве со СМИ и информационной помощи со стороны представительства Национальной организации туризма Кореи во Владивостоке, может обрести популярность среди туристов всего Дальнего Востока. Этнографический туризм — это большое поле для изучения и развития взаимного туризма России и Кореи.

1. Агафонова В.А., Баукова Н.Г. Деятельность туристских фирм Приморского края в 2013 году: Статистический бюллетень / Приморскстат, 2014 – 53 с.

2. Бутузов, А. Г. Состояние и перспективы развития этнокультурного туризма в Российской Федерации / А.Г. Бутузов // Сервис в России и за рубежом. – 2009. – №4. – С. 15

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