

туризма стоит обратить более пристальное внимание на неиспользованный потенциал событийных мероприятий, связанных с соответствующими культурными средами и территориальными сообществами.

Во многих дальневосточных регионах календарь подобных регулярных мероприятий носит практически круглогодичный характер. В частности, зимние соревнования представлены гонками на собачьих упряжках в Корьякии, на Чукотке, весенние – славянским праздником возвращения перелётных птиц на Камчатке, ловлей корюшки в Анадыре [3]. Отмечаемый в ряде развитых стран с большим размахом ежегодный Всемирный день коренных народов (9 августа) может стать серьёзным информационным поводом для проведения масштабных мероприятий в целом ряде крупных центров Дальнего Востока.

Наряду с выше упомянутым социокультурным направлением следует уделить внимание и другому подвиду антропологического туризма, – по определению автора, ретротуризму, крайне слабо представленному в структуре регионального этнокультурного туризма. С учётом глубокой трансформации этнокультурного облика значительных групп коренных жителей – утратой целых пластов культуры, исконных культурных идентифицирующих черт и даже отдельных этнических и субэтнических групп, – туризм образа жизни минувших эпох обладает очевидным преимуществом перед классическим этнографическим, или эколого-этнографическим туризмом.

По сохранившимся фрагментарным материальным и нематериальным свидетельствам бытования исчезнувших этносов можно, с той или иной степенью достоверности, отчасти реконструировать культурные комплексы, или их отдельные элементы, для последующей демонстрации в рамках ретротуров. Археологические, генетические и этнографические изыскания на Российском Дальнем Востоке позволяют решить эту задачу, прежде всего, в отношении исторических, то есть, вписавшим свою страничку в национальную и даже в мировую историю, народов прошлого. Полагаем, необходимо обратить пристальное внимание на реконструкции батальных сцен, коих в бурной истории Российского Дальнего Востока было немало. До сих пор почти не востребован для целей ревитализации культур ушедших этнических групп столь важный аспект духовности современных этносов, как историческая память. Так, найденные за минувшие годы в Провиденском районе Чукотки в ходе Берингийской археологической экспедиции артефакты в дальнейшем могут стать основой для воссоздания первого и пока единственного известного мировой науке святилища древнеэскимосской культуры морских зверобоев.

В последние годы при проектировании новых этнокультурных объектов стали обращать большее внимание на огромный потенциал ретротуризма. В этом красноречиво убеждает положительный пример Дальневосточного Международного этнографического парка «Диалог Народов «Возрождение», спроектированного на юго-востоке Приморского края, на острове Русский. Показательно, что статус важнейших объектов в Этнопарке присвоен именно истори-

ческим реконструкциям – памятникам эпохи неолита, царства Бохай, империи Чжурчженей, занимавших на пике своего могущества обширные территории нынешнего Северо-восточного Китая (Дунбэя) и Северной Кореи. Популяризация культурного опыта этих древних полиэтничных государственных образований, включавших предков современных корейцев, маньчжуров, части северных ханьцев, позволит существенно увеличить туристские потоки между Россией и странами АТР.

Список литературы

1. Бутузов, А.Г. Этнокультурный туризм. Учебное пособие. – М.: «КноРус», 2013.
2. Бутузов, А. Г. Этнокультурный туризм в России: теоретические и практические аспекты изучения; V Междунар. науч.-практ. конф. «Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования», М., МГУ им. М.В. Ломоносова, геогр. фак-т, 28–29 апреля 2010 г. [Текст] : И. В. Зорин и др. – СПб.: Д.А.Р.К., 2010.
3. Новости Центра экологических путешествий. – URL: www.info@ecotravel.ru.
4. Чернов, В.А. Аборигенный экотуризм. Хабаровский край : путеводитель / авт.-сост. В.А. Чернов; Центр содействия коренным малочисленным народам Севера. – Вып. 5. – М.: [б.и.], 2009. – 138 с.

УДК 338.488.2 : 640.43(571.63)

Гомилевская Г. А., Арсентьева А. В., Владивостокский Государственный Университет Экономики и Сервиса, Владивосток, Россия

АНАЛИЗ ОРГАНИЗАЦИИ УСЛУГ ПИТАНИЯ В СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОМ СРЕДСТВЕ РАЗМЕЩЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ БАЗЫ ОТДЫХА СИДИМИ, С БЕЗВЕРХОВО, ПРИМОРСКИЙ КРАЙ)

Цель данной работы – на основе анализа организации питания на базе отдыха «Сидими» разработать рекомендации по её совершенствованию. Объектом исследования является база отдыха «Сидими» и её служба питания, предметом – процесс организации питания, его формы и методы. В статье представлена оценка организации услуги питания с точки зрения норм и с точки зрения мнения потребителей. На основе проведённого анализа разработаны рекомендации по совершенствованию организации питания на базе отдыха «Сидими».

Ключевые слова: организация питания; средства размещения; питание в средстве размещения.

Туризм и экономика страны тесно взаимосвязаны друг с другом, по своим основным характеристикам туризм не имеет принципиальных отличий от других форм хозяйственной деятельности. В то же время в туризме есть специфика, отличающая его не только от торговли товарами, но и от других форм торговли услугами. Для более чёткого понимания особенностей туристского рынка

необходимо принимать во внимание такую особенность туристского продукта как комплементарность. Комплементарность – свойство товаров или услуг удовлетворять потребности лишь в комплексе друг с другом [1].

Комплементарность в гостиничном бизнесе проявляется в том, что приобретение размещения потребителем услуг автоматически приводит к необходимости покупки целого комплекса других (услуг питания, развлечений). Отсюда возрастает роль каждой составляющей в комплексе услуг средств размещения.

Услуга питания является одной из важнейших составляющих комплекса услуг гостиниц, чему уделяется немало внимания в специализированной литературе [2, 3, 4]. Подтверждает это и динамика доходов предприятий размещения в Приморском крае за 2009–2010 гг. (рис. 1), в которой можно отметить опережающие темпы роста доходов от продажи номеров над темпами роста от продажи услуг питания [5].

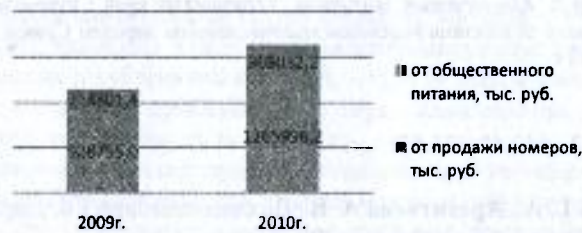


Рис. 1. Доходы средств размещения Приморского края в 2009–2010 гг.

Проблема качества услуги питания для специализированных средств размещения стоит ещё более остро, чем для средств размещения гостиничного типа. Здесь имеет место ряд препятствий:

- сезонность;
- аутсорсинг;
- лицензирование отдельных видов деятельности и т. д.

Объектом проводимого исследования была выбрана база отдыха «Сидими» расположенная в Хасанском районе Приморского края.

На базе отдыха предоставляются услуги размещения на 207 номеров различной вместимости и типа, общая вместимость базы – около 700 человек. Цель исследования: на основе анализа разработать рекомендации по совершенствованию организации услуг питания на базе отдыха «Сидими».

Для обеспечения конкурентоспособности предприятия, руководство средств размещения должно уделять всё больше внимания организации услуг. Сейчас существует множество подходов, принципов и методов для решения проблем связанных с управлением в сфере сервиса [6].

На основе различных источников, в том числе нормативной документации (МГСН 4.16.98 «Гостиницы», МГСН 4.14.98 «Предприятия общественного питания») была разработана методика анализа организации услуг питания в средстве размещения (рис. 2).

Исходя из цели исследования, организация питания на базе отдыха «Сидими» была рассмотрена с точки зрения двух подходов: нормативного и маркетингового. Источниками информации послужили нормативные документы и личные наблюдения, а также вторичная информация с сайтов различных информационных порталов [9, 10, 11, 12, 13]. В части анализа мнения потребителей исследовано количество положительных и отрицательных мнений об услуге питания, а также перечень и количество основных претензий к организации питания. В части нормативного подхода проверено соответствие нормам вместимости и площади торгового зала предприятия питания.



Рис. 2. Схема анализа организации услуг питания при КСР

В результате проведённого исследования было установлено, что услуги питания на базе отдыха действуют в нескольких направлениях:

- питание в столовой;
- самостоятельное приготовление пищи (табл. 1).

На основании нормативного метода первоначально был проведён расчёт необходимой вместимости и площади торгового зала для предприятия питания в средствах размещения. Так, если исходить из минимального класса услуг, столовая для таких предприятий размещения должна вмещать 50 % от общей вместимости КСР, а норматив на одно посадочное место равен 1,8 м² (табл. 2).

Таблица 1. Направления организации питания на базе отдыха «Сидими» в 2012 г.

Направление питания	Формат	Вместимость	Стоимость	Дополнительная информация
Republic	Free-flow	80 чел	500–700 руб./чел	открытая площадка, п/ф для барбекю, торты на заказ
Беседки для барбекю	самостоятельное приготовление пищи	15 беседок по 10–12 чел.	200 руб./час	минимальный заказ – 2 часа
Детские кухни	самостоятельное приготовление пищи	2 кухни на 1 семью каждая	бесплатно	для приготовления пищи только детям

Таблица 2. Расчёт вместимости и площади торгового зала предприятия питания

Наименование показателя	Норматив по МГСН	Норматив для б/о	Фактически	Отклонение
Площадь торгового зала, м ²	1,8 м ² /1место	72	156	+84
Вместимость столовой, чел	50 % от вместимости базы	363	80	-283

Согласно расчётным данным, приведённым в таблице, вместимость столовой на базе отдыха «Сидими» составляет лишь 22 % от нормативной вместимости (при учёте 40 мест вместимости крытого зала и 40 мест на открытой террасе). Соответственно подобное предприятие не может полностью обеспечить спрос на услугу питания. Однако установлено, что площадь торгового зала значительно больше норматива (больше чем в 2 раза), что свидетельствует о нерациональном использовании пространства, которое могло бы обеспечить питанием большее количество человек.

На данный момент база отдыха «Сидими» находится в состоянии сезонной консервации, и провести опрос потребителей её услуг не представляется возможным, поэтому источником мнения потребителей были выбраны различные информационные порталы, форумы и сайт самой компании, а также книга отзывов и предложений (табл. 3).

Согласно полученным данным из 35 отзывов об организации питания на базе отдыха 37% являются отрицательными. При этом в зависимости от сайта, на котором велось наблюдение, мнение гостей разделились. Больше всего отзывов фиксируется на сайте самой компании и здесь 56 % дают отрицательные отзывы. В тоже время достаточно часто обсуждают базу отдыха на сайтах родителей (ВладМАМА и ХабМАМА), причём здесь около 85 % отзывов характеризуют питание как разнообразное, вкусное и приемлемое по цене.

Таблица 3. Отзывы потребителей об организации питания на базе отдыха в 2012 г.

Наименование источника	Адрес	Отзывы	
		+	-
Сидими	www.sidimi.ru	7	9
Туризм.РУ	www.turizm.ru	1	0
ХабМАМА	www.khabmama.ru	5	1
ВладМАМА	www.vladmama.ru	3	1
ВладТУЛЬП	www.vladivostok.tulp.ru	1	0
Книга отзывов	-	5	2
Сумма		22	13
Доля, %		62,9	37,1

Намного меньшее количество отзывов можно найти на специализированных сайтах Приморского края о туризме и путешествиях (Туризм.ру и ВладТулп), причём здесь гости отмечают только положительное отношение к услуге питания и базе отдыха в целом. В книге отзывов и предложений также отмечаются в основном положительные отзывы, здесь всего треть потребителей отзываются негативно. При этом наиболее часто потребителей не устраивает высокая цена на услугу питания на базе отдыха, соотношение «цена-качество» и режим работы предприятия (рис. 3).



Рис. 3. Основные претензии потребителей к услуге питания на базе отдыха в 2012 г.

По результатам анализа администрацией базы разработан комплекс мероприятий, направленных на совершенствование организации питания на базе отдыха «Сидими»:

- поскольку услуги питания на условиях аутсорсинга вызывают ряд негативных мнений, в качестве альтернативы разработать собственный формат обслуживания;
- рассмотреть возможность привлечения иных организаций, оказывающих услуги питания для создания добросовестной конкуренции партнёров и возможности выбора для гостей;

- увеличить мощность предприятия питания за счёт строительства нового предприятия или реорганизации действующего;
- увеличить время работы предприятия питания;
- допустить к обслуживанию в предприятии питания на территории базы отдыха сторонних потребителей;
- обеспечить возможность продажи в предприятии питания базы отдыха алкогольную продукцию в определённые часы работы;
- предложить новую услугу по организации торжеств на территории предприятия питания;
- разработать различные типы питания для гостей, включённые в стоимость проживания.

Список литературы

1. Комплементарность [Электронный ресурс] // Экономический словарь. – Режим доступа: http://dic.academic.ru/dic.nsf/econ_dict/21212
2. Волков, Ю.Ф. Технология гостиничного обслуживания: учебник / Ю.Ф. Волков. – Ростов на Дону: Феникс, 2008. – 384 с.
3. Уокер, Д. Управление гостеприимством: вводный курс: учебник для студ. вузов, обучающихся по спец. «Гостиничный и тур. бизнес» и спец.сервиса / Д.Р. Уокер; пер.с.англ. [В.Н. Егорова] – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. – 880 с.
4. Могильный, М.П. Организация и технология обслуживания питанием в гостиничных комплексах / М.П. Могильный, А.Ю. Баласаян. – 2-е изд. – М.: ДеЛи принт, 2011. – 176 с.
5. Индустрия гостеприимства в Приморском крае: статистический сборник / [редкол. В.Ф. Шапалов (пред.) и др]; Федерал. служба гос. статистики (Примстат). – Владивосток: Приморскстат, 2011. – 38 с.
6. Фатхутдинов, Р.А. Управленческие решения: учебник для вузов / Р.А. Фатхутдинов. – 6-е изд. перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 344 с.
7. МГСН 4.16.98 «Гостиницы»
8. МГСН 4.14.98 «Предприятия общественного питания»
9. О базе отдыха [Электронный ресурс] // Сайт базы отдыха «Сидими». – Режим доступа: www.sidimi.ru
10. Отзывы о базе отдыха Сидими [Электронный ресурс] // Портал о туризме Туризм.ру. – Режим доступа: www.tourizm.ru
11. Отзывы о базе отдыха Сидими [Электронный ресурс] // Форум Хабаровских родителей. – Режим доступа: www.khabmamа.ru
12. Отзывы о базе отдыха Сидими [Электронный ресурс] // Форум Владивостокских родителей. – Режим доступа: www.vladmamа.ru
13. Отзывы о базе отдыха Сидими [Электронный ресурс] // Сайт отзывов Тулы.ру. – Режим доступа: www.vladivostok.tulp.ru

УДК 338.48-611 : 339.174(571.63)

Гомилевская Г. А., Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, Владивосток, Россия

Щур В.В., департамент международного сотрудничества и развития туризма Администрации Приморского края, Владивосток, Россия

МОДЕЛЬ СОЗДАНИЯ КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНОГО БЮРО В ПРИМОРСКОМ КРАЕ

Целью работы является определение модели конгрессно-выставочной деятельности в Приморском крае и выбора организационной структуры конгресс-бюро, как ключевого субъекта. В статье рассмотрен мировой опыт и сделан анализ российскому.

Ключевые слова: конгрессное бюро, конгрессно-выставочная деятельность, конгрессный туризм.

Конгрессный туризм является специализированным сегментом рынка туристских услуг, включающим в себя поездки на такие организованные мероприятия, как конгрессы, конференции и другие совещания или встречи, имеющие своей целью обсуждение различных вопросов среди определённых групп людей [1]. Иными словами конгрессный туризм – это важная составная часть мировой МІСЕ-индустрии, приносящая не меньший совокупный доход конкретному региону, чем доход от выставочной деятельности, и охватывает поездки с целью участия в конгрессах, конференциях, семинарах и прочих мероприятиях, организуемых для обсуждения тех или иных вопросов и обмена опытом.

По мнению К.В. Бардина выставочный туризм является одним из секторов делового туризма, совмеща в себе многоплановые события и комплекс маркетинговых инструментов, выполняющий одновременно несколько функций, где каждое мероприятие ориентировано на демонстрацию актуальной картины определённого сектора рынка или же отрасли в целом [2].

Объединение конгрессов и выставок указывает на общую специфику и состав требований, предъявляемых к инфраструктуре принимающей стороны. Таким образом, под конгрессно-выставочной деятельностью (далее КВД) понимают деятельность, связанную с организацией конгрессов, выставок, ярмарок, конференций.

Согласно статистическим данным ЮНВТО (Всемирная Туристская Организация), доля конгрессно-выставочного туризма в общем объёме деловых поездок составляет 10–12 % [3]. В мире растёт интерес к конференциям, симпозиумам, семинарам, выставкам и ярмаркам. Одним из основных условий развития КВД является требование закрепления за принимающим направлением репутации, позволяющей ему получить международное признание.