

Научная статья

УДК 338.48

DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-2/088-104>

Актуальность создания гастрономического путеводителя (на примере г. Владивостока)

Шеметова Елена Васильевна

Приходько Камилла Валерьевна

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса

Владивосток. Россия

***Аннотация.** Статья посвящена исследованию актуальности создания гастрономического путеводителя (на примере г. Владивостока). Гастрономические впечатления, распространяющиеся за пределы простого употребления пищи, способны удовлетворить спрос на полное погружение в культуру принимающей страны/региона. Приморский край с 2021 г. входит в 28 регионов – участников проекта «Гастрономическая карта России». Однако для успешного продвижения и развития новых гастрономических услуг г. Владивостока необходимо информационное обеспечение, например, представленное в формате справочного издания, к которому туристы смогут обращаться за помощью в поиске информации. Таким изданием является путеводитель. Цель исследования – на основе теоретических и практических материалов проанализировать гастрономические ресурсы г. Владивостока и выявить актуальность создания гастрономического путеводителя. Методической основой исследования является анализ гастрономических ресурсов как информационной базы для создания путеводителя на туристском рынке г. Владивостока с использованием методов сравнительного анализа, анкетирования, систематизации и наблюдения. В статье рассмотрены теоретические аспекты гастрономического путеводителя, проанализирован рынок местных гастрономических путеводителей, определены основные представители рынка гастрономических услуг, выявлена заинтересованность потребителей в создании гастрономического путеводителя, а также составлены рекомендации по его созданию. Научная новизна заключается в уточнении дефиниции «гастрономический онлайн-путеводитель» и разработке модели гастрономического путеводителя. Практическая значимость исследования состоит в разработке рекомендаций по созданию гастрономического онлайн-путеводителя (на примере г. Владивостока) совместно с АНО «ТИЦ Приморского края».*

***Ключевые слова:** туризм, гастрономический туризм, справочное издание, туристский путеводитель, гастрономический путеводитель, услуги питания, индустрия общественного питания, предприятия общественного питания, гастрономические события г. Владивостока.*

***Для цитирования:** Шеметова Е.В., Приходько К.В. Актуальность создания гастрономического путеводителя (на примере г. Владивостока) // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2022. Т. 14, № 2. С. 88–104. DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-2/088-104>.*

Original article

The relevance of creating a gastronomic guide (on the example of Vladivostok)

Elena V. Shemetova

Kamilla V. Prikhodko

Vladivostok State University of Economics and Service

Vladivostok. Russia

© Шеметова Е.В., 2022

© Приходько К.В., 2022

88

Abstract. *The article is devoted to the study of the relevance of creating a gastronomic guide on the example of the city of Vladivostok. A gastronomic experience that extends beyond the mere consumption of food can meet the demand for total immersion in the culture of the host country/region. Since 2021, Primorsky Krai has been included in 28 regions participating in the Gastronomic Map of Russia project, however, for the successful promotion and development of new gastronomic services in Vladivostok, information support is needed, for example, presented in the format of a reference publication, to which tourists can turn for help in search of information, such a publication is a guidebook. The purpose of the study is to analyze the gastronomic resources of Vladivostok on the basis of theoretical and practical materials and to identify the relevance of creating a gastronomic guide. The methodological basis of the study is the analysis of gastronomic resources as an information base for creating a guide in the tourist market of Vladivostok using the methods of comparative analysis, questioning, systematization and observation. The theoretical aspects of the gastronomic guide are considered, the market of local gastronomic guides is analyzed, the main representatives of the gastronomic services market are identified, the interest of consumers in creating a gastronomic guide is revealed, and recommendations for creating a guide are made. The scientific novelty lies in the clarification of such a concept as a "gastronomic online guide" in the framework of the development of gastronomic tourism. The practical significance of the study lies in the development of recommendations for creating an online gastronomic guide using the example of the city of Vladivostok together with ANO "Tourism center of Primorsky Krai".*

Keywords: *tourism, gastronomic tourism, reference publication, tourist guide, gastronomic guide, catering services, catering industry, catering establishments, gastronomic events in Vladivostok city.*

For citation: *Shemetova E.V., Prikhodko K.V. The relevance of creating a gastronomic guide (on the example of Vladivostok) // The Territory of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service. 2022. Vol. 14, № 2. P. 88–104. DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-2/088-104>.*

Введение

В последние годы в России стремительно возросла популярность одного из видов культурно-познавательного туризма, который получил название «гастротуризм» и стал одним из самых быстрорастущих направлений внутреннего туризма [1]. Приморский край является лидером по количеству посещений туристами среди регионов Дальневосточного округа, а одним из активно развивающихся туристских направлений на рынке Приморья является гастрономическое [2]. Согласно рейтингу, составленному сайтом Booking.com, г. Владивосток входит в десятку лидеров по России относительно гастрономического туризма, привлекая своими терруарами моря и тайги, а также местными «вкусными» событиями [3]. Информационной оснащённости местных жителей и туристов способствует создание справочных изданий, таких как путеводители; они способствуют популяризации и узнаваемости региона. Существует ряд схожих определений, связанных с путеводителем, – справочное издание, информационный источник, гайд. В России понятие «путеводитель» закреплено в ГОСТ Р 7.0.60-2020, который является справочником, содержащим сведения о каком-либо географическом пункте или культурно-просветительном учреждении (мероприятии), расположенные в порядке, удобном для следования или осмотра [4]. Учитывая, что современный вектор развития технических средств смещает потоки информации в область информационно-коммуникационных технологий, в частности Web-технологий, актуальным является использование возможностей сети Интернет, электронных, мобильных приложений и ресурсов [5].

Цель исследования – на основе теоретических и практических материалов проанализировать гастрономические ресурсы г. Владивостока и выявить актуальность создания гастрономического путеводителя.

Для достижения поставленной цели следует решить ряд задач:

- исследовать теоретические и практические аспекты создания гастрономического путеводителя;
- проанализировать ресурсную базу гастрономических услуг на рынке г. Владивостока;
- разработать рекомендации по созданию гастрономического путеводителя.

Объектом исследования являются гастрономические ресурсы как информационная база для создания путеводителя на туристском рынке г. Владивостока. В своих исследованиях авторы отмечают многомерную сущность путеводителей, понимаемых и как отдельный вид справочного издания, и как особый жанр библиографического пособия, и как разновидность справочно-информационного издания в туризме [6, 7]. Вопросы о путеводителях, методики и техники их разработки и использования на практике в туризме поднимают многие исследователи на всех этапах развития современного общества. О важности создания путеводителя писали такие авторы, как А. Никитин, К. Бедкер. В настоящее время актуальность создания путеводителей подробно рассматривается в работах А.А. Кузнецовой, М.А. Жулиной, А.А. Булгаковой, Ю.Н. Розановой, а также многих других авторов [8, 9]. Данные работы раскрывают историю возникновения туристских путеводителей, методики разработки концепции путеводителя, а также использование путеводителя как средства продвижения объектов туристского показа. В работах ставится акцент на роль туристского путеводителя в перспективе развития туризма; отмечается, что путеводитель способен влиять на продвижение объектов туристского интереса. Аспекты разработки гастрономических путеводителей на данный момент почти не освещаются авторами. Так, А.Ш. Салимова отмечает, что существует проблема плохой проработанности имеющихся на рынке гастрономических путеводителей [10]. Несмотря на малую освещенность проблематики разработки гастрономических путеводителей, они все же представлены на рынке и используются в разных странах и городах. В настоящий момент существует не так много российских гастрономических путеводителей, но данное направление справочных изданий в России постепенно развивается. Одним из представленных на рынке гастрономических путеводителей с ресторанной направленностью является путеводитель, выпущенный изданием Antenna Daily, включающий в себя топ-100 ресторанов Санкт-Петербурга. Он выпускается ежегодно и доступен на сайте издания в электронном формате [11]. Примером гастрономического путеводителя является Lemon Guide, предназначенный для жителей и гостей г. Санкт-Петербурга. Это ресторанный гид с оценкой предприятий в формате экспертной оценки [12]. Одним из успешных проектов гастрономического путеводителя является авторский проект Вероники Ганич – «География на вкус». Это несколько гастрономических путеводителей по лучшим местам в разных странах и регионах. Путеводитель включает в себя

базовую информацию для туристов о достопримечательностях, а самое главное – о лучших ресторанах, фермах, крафтовых производствах [13].

Одними из существенных недостатков печатных туристских путеводителей А. А. Соколова справедливо считает неполноту сведений, обусловленную «ориентацией разработчиков и авторов на массовую аудиторию, на удовлетворение потребителей в развлечениях и другой деятельности, не связанной с потреблением познавательной информации», а также смещение акцентов и искажение информации [14]. Действительно, неправомерно искажать сведения о значимых объектах туристской территории или вовсе не предоставлять их в путеводителе. Все это делает издание недостоверным источником и приводит к обеднению имиджа дестинации, напрямую влияя на величину туристского спроса. Тем не менее полнота представляемой в туристском путеводителе информации весьма относительна.

В связи с этим особое внимание в современных условиях уделяют электронным путеводителям, основное назначение которых – обеспечивать ориентацию пользователей в электронных информационных ресурсах, учитывая их удобный обзор и удаленный доступ к ним на основе электронных устройств. Авторы определяют специфические признаки электронных путеводителей: наличие библиографических записей (тем самым электронный путеводитель обеспечивает надежность и достоверность сообщаемых пользователям сведений об источниках информации); мультимедийность и гипертекстовость; наличие кратких, обобщенных сведений об объекте, расположенных в порядке, удобном для быстрого отыскания. Несомненно, важное значение при использовании электронных путеводителей следует уделять актуализации информации и ее модернизации с учетом новых информационных технологий. Отмечается также проблема при разработке электронных путеводителей – отставание теории от практики: наблюдается рост числа электронных (виртуальных) путеводителей при отсутствии соответствующих методик их создания [15, 16].

Таким образом, при создании путеводителя важно учитывать, что информация, размещаемая в нем, напрямую зависит от туристского интереса. В связи с этим в нем рационально указывать только сведения о ресурсах, способных пользоваться туристским спросом.

Методы исследования. В работе использованы методы сравнения, наблюдения, анкетирования, анализа, индукции и дедукции, систематизации, статистический.

Основная часть

Гастрономический путеводитель – это информационное издание для туристов, содержащее в себе сведения о региональной и национальной кухнях, отдельных блюдах, характерных для данной местности, гастрономических турах, лучших предприятиях питания и других местах гастрономического интереса [17]. В таблице 1 представлены типы гастрономических путеводителей с кратким пояснением.

Таблица 1

Типы гастрономических путеводителей и их краткая характеристика

Тип гастрономического путеводителя	Что предполагает
Гастрономическая карта	Путеводитель, представленный в виде карты, позволяющий ориентироваться в кухнях разных стран
Ресторанный гид	Путеводитель, содержащий информацию о ресторанах и иных предприятиях питания, которые могут быть объектом интереса у туристов
Кулинарный гид	Путеводитель, содержащий информацию о блюдах, характерных для местности, и предприятиях, где их можно попробовать
Винный путеводитель	Путеводитель по маршрутам, связанным с виноделием

Примечание: составлено авторами по [9].

Среди форматов гастрономических путеводителей по популярности лидирует ресторанный гид, который наиболее распространен среди иностранных изданий. Значительно меньше гастрономических гидов по гастрономическим событиям, однако это направление в настоящее время набирает популярность. Помимо путеводителей, составленных благодаря строгой ресторанной оценке, которая подлечит путеводителю Michelin [18], за рубежом особой популярностью также пользуются путеводители в свободном формате, основанные на отзывах посетителей заведений, мастер-классов или фестивалей. Опыт разработки гастрономических путеводителей в России значительно меньше, чем за рубежом, однако это направление справочных изданий набирает популярность и становится всё более востребованным. Опыт отечественных печатных гастрономических путеводителей, действующих на рынке Приморского края, представлен в табл. 2.

Таблица 2

Опыт разработки местных печатных гастрономических путеводителей

Название	Год выпуска	Описание
Рай для гурмана	2020	Чудеса Приморья – это журнал о туризме, отдыхе и путешествиях, в рамках которого зимой 2022 года вышел гастрономический путеводитель по Владивостоку «Рай для гурмана». Путеводитель включает в себя самые «вкусные» места, фестивали и события города
Все вкусы Приморья	2021	Гастрономический путеводитель от Туристско-информационного центра Приморского края. Содержит в себе подборку ресторанов, баров и кофеен, а также пит-стопов, гастрономических экскурсий и пр.
Pacific Russia Food	2021	Гастрономический путеводитель, выпущенный проектом по развитию дальневосточной кухни Приморского края; включает в себя особенности и секреты приморской кухни

Примечание: составлено авторами.

Почти в каждом крупном регионе сейчас можно встретить варианты гастрономических гайдов, которые содержат в себе информацию о местной кухне, популярных заведениях и гастрономических фестивалях. Одним из успешных примеров в Приморском крае является печатный «Гастрономический путеводитель дальневосточной кухни» от Pacific Russia Food, выпущенный в 2021 г. Это уникальный, качественно спроектированный мини-путеводитель по дальневосточной кухне на примере города Владивостока. Потенциал направления гастрономического туризма с каждым годом раскрывается на 30 %, создаются новые гастрономические туры и экскурсии, мастер-классы и экспедиции, которые нуждаются в продвижении для успешного становления на рынке. Рестораны требуют признания качества обслуживания, привлекая тем самым потенциальных клиентов. Таким образом, создание путеводителей и гайдов по гастрономии способствует привлечению внимания туриста к тому или иному ресторану, кухне или фестивалю.

Развитие гастрономического туризма в Приморском крае активно набирает обороты, и не удивительно, что на данный момент наиболее развитым и популярным является сегмент общественного питания и события, связанные с этой сферой деятельности. Из наиболее развитых можно выделить фестивали и мастер-классы. Остальные турпродукты, такие как гастрономические экскурсии, посещение тематических музеев и производств, пока что находятся на начальном этапе развития и продвижения. На начало 2020 г. на территории Приморского края функционировало более 1500 предприятий общественного питания и было задействовано более 10 тысяч сотрудников [19]. На основании мониторинга предприятий общественного питания, проведенного в 2019 г. и обновленного в 2021 г., наибольший процент предприятий общественного питания находится во Владивостоке – 31,2 %, затем в Уссурийске – 13,8 %, Находке – 3,4 %, Артеме – 3,2 % и в других городских населенных пунктах – 48,4 % (максимальное количество предприятий в одном населенном пункте – 5) [19].

На основании собственных исследований открытых источников в г. Владивостоке осенью 2021 г. авторы определили свыше 500 предприятий общественного питания различных типов со множеством кулинарных специализаций. Наиболее часто встречающейся гастрономической концепцией является симбиоз нескольких кухонь в одном заведении. Лидирующие позиции на рынке г. Владивостока занимают смешанная (37 %), европейская (29 %) и азиатская (17 %) кухни. Значительно меньше предприятий представлены среднеазиатской (5 %), русской (4 %), итальянской (3 %) и американской (2 %) кухнями. Помимо предприятий общественного питания, рынок гастрономических услуг представляют местные производственные хозяйства; тематические музеи, посвященные локальной продукции; рынки и магазины локальных продуктов; туристские компании, предлагающие услуги в области гастрономического туризма; гастрономические события. На рисунке 1 представлена структура предприятий гастрономического характера в г. Владивостоке.

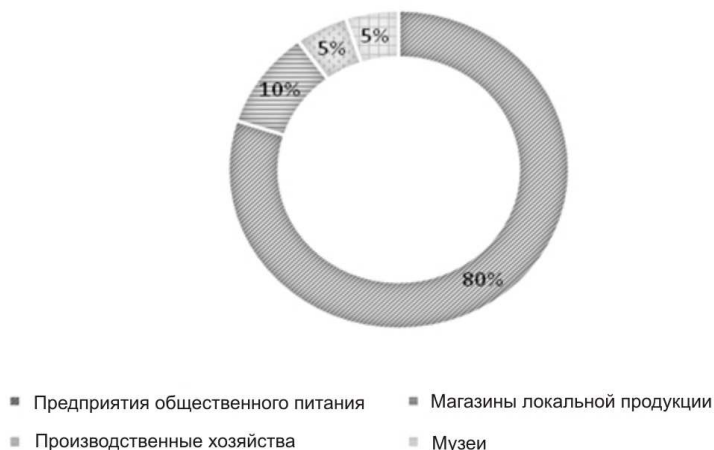


Рис. 1. Структура предприятий гастрономического характера в г. Владивостоке, доля в общем объеме, %

Примечание: составлено авторами.

На основании всестороннего анализа предложений гастрономических событий в Приморском крае и г. Владивостоке было выявлено, что территориально более 90% всех гастрономических мероприятий приходится на г. Владивосток (в том числе 7% – на о. Русский). Значимым фактором для привлекательности дестинации является наличие и проведение гастрономических фестивалей, а мастер-классы занимают первое место по объему всех предложений среди гастрономических мероприятий на рынке г. Владивостока. Помимо фестивалей и мастер-классов популярностью пользуются гастрономические экскурсии. Во Владивостоке экскурсии в основном проводят такие компании, как «Дальинтурист», «Фрегат Аэро», «Новый век». Структура гастрономических мероприятий отражена на рис. 2.

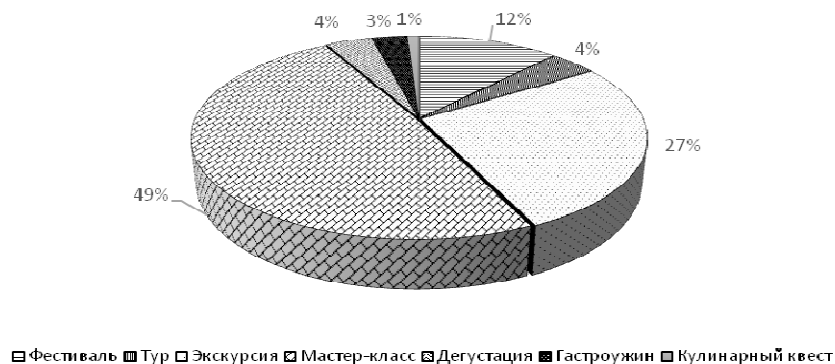


Рис. 2. Структура событий гастрономического характера в г. Владивостоке (2019–2021)

Примечание: составлено авторами по [21].

Организацией туров и экскурсий занимаются туристские компании. Фестивали, мастер-классы, дегустации и гастроужины реализуются предприятиями общественного питания, развивающими центрами, кулинарными студиями, общественными организациями. Кулинарные квесты организуют преимущественно кулинарные студии. Таким образом, рынок услуг можно разделить на гастрономические предприятия (предприятия общественного питания, производственные хозяйства, магазины локальной продукции, музеи) и события (фестивали, мастер-классы, экскурсии). Продвижение гастрономических услуг, представленных на рынке г. Владивостока, происходит благодаря информационным ресурсам. Информационные источники, способствующие поиску информации по предприятиям питания и гастрономическим событиям, представленные на рынке: vl.ru, TripAdvisor, 2ГИС, сайт АНО «ТИЦ Приморского края» visit.primorye.ru, печатные путеводители. В таблице 3 отражены плюсы и минусы представленных информационных ресурсов.

Таблица 3

Сравнение информационных ресурсов на рынке г. Владивостока

Функция	vl.ru	TripAdvisor	2ГИС	visit.primorye.ru	Печатные путеводители
Понятная структура	–	+	+	+	+
Строка поиска информации	+	+	+	–	–
Удобство использования	+	+	+	+	–
Актуальность информации	+	–	+	+	–
Обилие изображений	+	–	–	+	+
Возможность оставить отзыв	+	+	+	–	–

Примечание: составлено авторами.

Каждый из вариантов поиска информации по-своему хорош, и для каждого потребителя найдется свой подходящий формат. Стоит отметить, что на рынке гастрономических услуг г. Владивостока не представлен как таковой электронный путеводитель, однако данный формат информирования потребителей очень удобен и доступен для реализации в кратчайшие сроки.

Таким образом, на региональном уровне электронный гастрономический путеводитель (онлайн-путеводитель) можно считать уникальным продуктом; это информационное издание для туристов и местных жителей, выпущенное с целью ознакомления с национальными кухнями города (региона), особенностями использования местных сырьевых ресурсов, возможностями посещения гастрономических предприятий и событийных мероприятий. Главным плюсом элек-

тронного путеводителя является возможность постоянного обновления, пополнения и актуализирования информации, представленной в информационном источнике. Немаловажно, что онлайн-формат доступен всем желающим и интересующимся с любого уголка Земли. С целью выявления заинтересованности потребителей в гастрономических услугах г. Владивостока и необходимости создания информационного ресурса-путеводителя в марте 2022 г. было проведено онлайн-анкетирование 175 респондентов трех возрастных групп: моложе 35 лет (67%), от 35 до 45 лет (19%) и старше 45 лет (14%). Две трети опрошенных составили жители г. Владивостока. Наибольший интерес у респондентов вызывает личное посещение предприятий питания (более 70%), участие в достаточно масштабных мероприятиях по типу фестиваля (41%), посещение мастер-классов и гастрономических экскурсий (25 и 17% соответственно). Достаточно большая часть опрошенных (34%) пользуются услугами стритфуда (уличная еда), и немного меньше (29%) регулярно прибегают к услуге «доставка». Совсем небольшое число респондентов заинтересованы в посещении магазинов локальной продукции или местных производственных хозяйств, например таких как марикультурная ферма ООО «Дальстам-Марин» или магазин локальной гастропродукции Taiga Vladivostok, – по 14%. В посещении продовольственного рынка или ярмарки как источника информации о гастрономических ресурсах заинтересованы только 9% респондентов, а именно эти объекты могли бы показать весь спектр гастрономии для туристов и местных жителей (рис. 3).

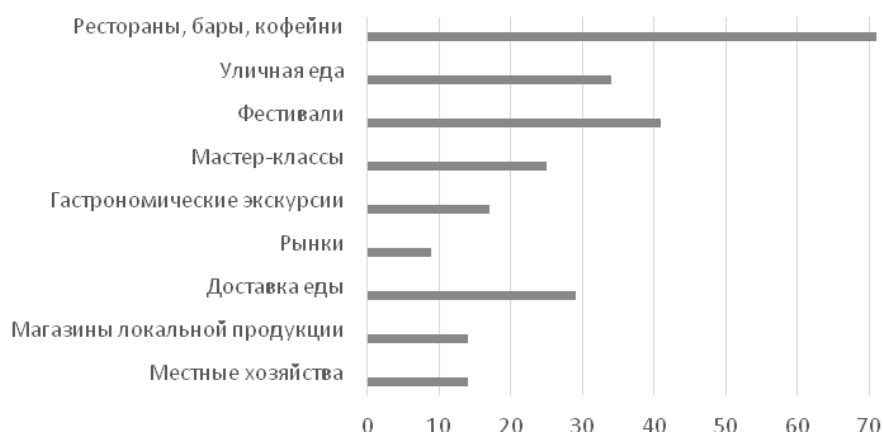


Рис. 3. Уровень заинтересованности респондентов в гастрономических услугах, %

Примечание: составлено авторами.

Были выявлены информационные источники, которыми пользуются потребители при поиске предложений на рынке гастрономических услуг: социальные сети (70%), сайт города Владивостока vl.ru (10%), сайт visit-primorye.ru (2%), СМИ (3%) или что-то иное (например, личные рекомендации друзей и т.п.) –

5%. Необходимость создания современного гастрономического путеводителя подтвердили 86% респондентов; из них 93% проголосовали именно в пользу электронного путеводителя и только 8% – за печатный формат. Особое значение при работе с подобными источниками опрошенные придают скорости и удобству поиска информации по различным признакам – 76%, актуализации информации – 73%, наглядности информации – 67%.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что потребители активно пользуются теми или иными гастрономическими услугами г. Владивостока и в настоящее время весьма актуальной является разработка современного гастрономического путеводителя, при этом стоит учесть пожелания потребителей относительно формата и содержания справочного издания. АНО «Туристско-информационный центр ПК» является представителем Приморского края в туристическом секторе, но сайт visit-primoque.ru имеет статистику посещений в среднем 9000 человек в месяц, поэтому целесообразно именно на его базе запустить гастрономический онлайн-путеводитель и через социальные сети популяризировать сайт АНО «ТИЦ».

Создание путеводителя включает в себя такие этапы, как подготовительная работа, разработка концепции путеводителя, редакционно-подготовительные работы, разработка дизайна, разработка картографического материала, создание модели, верстка, внедрение путеводителя. В основе концепции будущего гастрономического путеводителя по г. Владивостоку рекомендуется заложить несколько составляющих: полезность предоставляемой информации, лаконичность, легкость изготовления и распространения, простоту в использовании [22]. Рекомендации по созданию электронного гастрономического путеводителя по г. Владивостоку представлены в табл. 4.

Таблица 4

Рекомендации по созданию электронного гастрономического путеводителя по г. Владивостоку

Целевое назначение	Описание
Что предполагает?	Создание сайта с актуальной информацией относительно гастрономических услуг и предложений на рынке г. Владивостока. Важными пунктами при создании является понятная структура, возможность уточнения мелких деталей, реальные фотографии, категории по предпочтениям, а также различные актуальные акции и выгодные предложения
Что включает?	Включает в себя подборку предприятий общественного питания по национальным кухням, календарь гастрономических событий, актуальную информацию по мастер-классам, гастрономическим экскурсиям и тематическим музеям, информацию по местным магазинам локальной продукции и производственным хозяйствам
Как работает?	Работает как обычный сайт, доступный всем желающим

Примечание: составлено авторами.

У потребителей будет возможность оставить свой отзыв/комментарий о путеводителе. Онлайн-формат позволит с легкостью наладить обратную связь и упростит взаимодействие потребителя с информационным ресурсом. В путеводитель необходимо интегрировать систему навигации, с возможностью удобного перехода на любую из страниц, представленную путеводителем. Ориентирование в структуре будет основано на наличии «главной страницы» с оглавлением и маркерами, по которым можно будет выбирать ту или иную категорию. Помимо этого для удобства передачи информации предлагается использовать условные обозначения – пиктограммы, представленные на главной странице электронного путеводителя с пояснениями (рис. 4). Пиктограммой принято называть знак, отображающий узнаваемые черты объекта, предмета или явления, на которые он указывает чаще всего в схематическом виде [23].



Рис. 4. Рекомендуемые условные обозначения путеводителя

Примечание: составлено авторами.

Предполагается использование QR-кодов с целью разгрузки издания от дополнительного текста, который может касаться подробной информации о предприятиях общественного питания и т.д. Предприятия питания, гастрономические события и прочие услуги рекомендуется разместить в рамках своей тематической группы. К ним будет дано краткое текстовое описание, пиктограммы, содержащие основную информацию, основные позиции меню, а также фотографии заведений (рис. 5).



Рис. 5. Рекомендуемое оформление блока предприятий общественного питания на примере ресторана GUSTO GASTROBAR

Примечание: составлено авторами.

В структуру электронного путеводителя, представленную в табл. 5, рекомендуется включить блок по предприятиям, блок по событиям (календарь гастрономических событий), блок по региональной кухне, а также блок с тематическими статьями, например «Топ-10 мест, где можно позавтракать во Владивостоке», «Подборка новых мастер-классов» и другое.

Таблица 5

Рекомендации по структуре гастрономического путеводителя по г. Владивостоку

Название пункта	Описание
Главная страница	Исходная страница путеводителя, включающая переход к содержанию и краткую информацию о гастрономическом туризме в г. Владивостоке
Блок по гастрономическим предприятиям	Подборка предприятий общественного питания по национальным кухням
	Подборка баров и кофеен г. Владивостока
	Подборка прочих предприятий, реализуемых гастрономические услуги (музеи, магазины локальной продукции, производственные хозяйства)

Название пункта	Описание
Блок по гастрономическим событиям	Календарь гастрономических событий Владивостока (фестивали)
	Кулинарные мастер-классы г. Владивостока
	Гастрономические экскурсии г. Владивостока
Блок по региональной кухне	Дальневосточная кухня – это...
	Гастрономические ресурсы Дальнего Востока
	Подборка предприятий общественного питания, специализирующихся на приготовлении дальневосточной кухни
Блок с тематическими статьями	«Топ-10 мест, где можно позавтракать во Владивостоке», «Подборка новых мастер-классов» и др.

Примечание: составлено авторами.

Главная страница по разработанным рекомендациям будет содержать название путеводителя и направлять к содержанию, в котором можно будет выбрать один из четырех блоков. Блок по предприятиям будет включать в себя систематическую подборку информации по заведениям народных кухонь, барам и кофейням, представленным на рынке г. Владивостока, а также музеям, магазинам местной локальной продукции и производственным хозяйствам. Блок гастрономических событий будет начинаться с календаря событий г. Владивостока, в котором будут отмечены все фестивали с кратким описанием, датами и местами проведения. Кроме того, гостям будет предложен актуальный список мастер-классов и гастрономических экскурсий на рынке. Блок о региональной кухне поведает о дальневосточной кухне и о том, почему стоит попробовать именно ее. Будет составлена подборка предприятий питания, реализуемых блюда местной кухни, а также мастер-классов от Pacific Russia Food по приготовлению блюд на базе школы дальневосточной кухни. Кроме того, в блоке будут представлены гастрономические ресурсы Дальнего Востока, представленные на рынке г. Владивостока (дикоросы и дары тайги, морепродукты и др.). Блог с тематическими статьями будет реализован в формате сайта 34travel.me благодаря подборкам актуальных тем, а также предложений читателей, заинтересованных в публикации определенной темы.

Для продвижения путеводителя среди гостей города рекомендуется привлечь АНО «Туристско-информационный центр Приморского края» и воспользоваться ее каналами распространения туристской справочной информации. Продвижение необходимо организовать также с помощью рекламы, размещенной в Интернете с помощью Google и Яндекс методами таргетированной рекламы. С помощью гастрономического путеводителя гости и местные жители смогут узнать, в каких заведениях подают блюда разных национальных кухонь, где можно присоединиться к кулинарным мастер-классам и какие «вкусные» мероприятия проводятся в городе. Кроме заведений общественного питания и разно-

образных кулинарных традиций нашего города из путеводителя гости смогут узнать, где можно купить интересные сувениры, связанные с гастрономией. Представленная в путеводителе информация должна своевременно обновляться.

Выводы

Проведенные исследования позволили определить, что продвижение гастрономических услуг посредством использования путеводителя – это актуальный формат информирования и привлечения туристов. Нами было выявлено, что на рынке города Владивостока наблюдается нехватка современных информационных источников, способствующих распространению информации о той или иной гастрономической услуге. Были проанализированы гастрономические услуги г. Владивостока, в результате чего выявлена благоприятная ресурсная база для создания информационного источника. Научная новизна выражается в уточнении понятия «гастрономический онлайн-путеводитель» в рамках развития гастрономического туризма в Приморском крае. Главным плюсом электронного путеводителя является постоянное обновление, пополнение и актуализирование информации, представленной в информационном источнике. Теоретическая и практическая значимость заключается в разработке рекомендаций по созданию модели регионального гастрономического онлайн-путеводителя на примере г. Владивостока. Путеводитель не только несет в себе познавательную функцию, но и является неотъемлемой частью продвижения привлекательности края. Особое внимание стоит уделить формату путеводителя, так как создание путеводителя в формате сайта позволит иметь его всегда «под рукой» и ограничит необходимость в поиске туристами печатных изданий.

Список источников

1. Мерцалова С.Л., Цыбакова О.В. Гастрономический туризм как приоритетное направление развития внутреннего туризма в России // Вестник ОрелГИЭТ. 2021. № 4 (58). С. 10–14.
2. Данные Агентства по туризму Приморского края // Агентство по туризму Приморского края. URL: <https://www.primorsky.ru/authorities/executive-agencies/departments/tourism-pk/plany-i-otchety-departamenta.php>.
3. Лучшие города в России и мире для любителей вкусно поесть. URL: <https://news.booking.com/ru-ru/global-delicacies-ru/>.
4. ГОСТ Р 7.0.60-2020 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Издания. Основные виды». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_369837/23968971a5ebb6cd0c5a86bab6c1f50de9048fcf/.
5. Писаренко Е. А. Мобильный путеводитель по кавминводам как инструмент интеграции курортов в онлайн-пространство туристического бизнеса // Вестник экспертного совета. 2018. № 3 (14). С. 53–59.
6. Гендина Н.И., Валялина А.С. Электронные путеводители: методика подготовки и перспективы использования в условиях дистанционного обучения // Вестник Кемеровского гос. ун-та культуры и искусств. 2021. № 55. С. 212–223.
7. Лисицын П.А., Рочев К.В. Разработка автоматизированной информационной системы «Культурно-исторический гид по Ухте» // Информационные технологии в управлении и экономике. 2019. № 2 (15). С. 11–16.

8. Кузнецова А.А. Российский опыт составления туристического путеводителя // Научные исследования. 2017. № 3. С. 29–31.
9. Жмуйдин И.А., Шеметова Е.В. Разработка концепции путеводителя по предприятиям общественного питания в историческом центре города Владивостока // АНИ: экономика и управление. 2020. Т.9, № 3. С. 149–154.
10. Салимова А.Ш. Актуальность разработки гастрономического путеводителя по республике Крым // География, экология, туризм: Научный поиск студентов и аспирантов. 2019. № 1. С. 215–218.
11. Antennadaily. URL: <https://antennadaily.ru/spb/>.
12. Lemonguide. URL: <https://lemonguide.ru>.
13. География вкуса. URL: <https://www.nikaganich.ru/geografiya-na-vkus>.
14. Соколова А.А. Географическое содержание образа туристской территории и проблема его достоверного отображения при продвижении туристских ресурсов // Вестник Ленинградского гос. ун-та им. А.С. Пушкина. 2011. № 3 (6). С. 155–165.
15. Каложный Е.Р., Красноусов В.М., Зариковская Н.В. Мобильное приложение для платформы ios «Путеводитель по туристическим местам» // Электронные средства и системы управления: материалы докладов Международной научно-практической конференции. 2021. № 1-1. С. 329–332.
16. Дунаева В.Г., Семенова Л.В. Развитие гастрономического туризма и трансграничное сотрудничество // Туризм и трансграничное сотрудничество: гастрономический туризм и его роль в диверсификации экономической деятельности региона: материалы научной конференции молодых ученых. Калининград: Балтийский федеральный ун-т имени Иммануила Канта. 2017. С. 13–20.
17. Michelin гид. URL: <https://guide.michelin.com/ru/ru>.
18. Шеметова Е.В., Ден В.Г. Потенциал предприятий питания г. Владивостока в формировании гастрономического туризма региона // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского гос. ун-та экономики и сервиса. 2019. Т. 11, № 3. С. 94–104.
19. Концепция развития гастрономического туризма в Приморском крае на основе дальневосточной кухни // АНО «Туристско-информационный центр Приморского края». Pacific Russia Food. URL: <https://pacificrussiafood.ru/>.
20. Шеметова Е.В., Поклад Н.А. Гастрономические мероприятия на туристском рынке г. Владивостока: состояние и оценка // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского гос. ун-та экономики и сервиса. 2021. Т. 13, № 3. С. 21–39.
21. Уварова А.К., Тычков Н.В. Рекламно-информационные средства как инструмент имиджирования кафедры рекреационной географии и туризма КазНУ имени Аль-Фараби // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2017. Т. 3, № 4. С. 73–84.
22. Чертыковцева Е.А. Особенности и принципы дизайн-проектирования путеводителя как средства рекламы и коммуникации // Ученые записки ОГУ. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2018. № 4. С. 444–447.

References

1. Mertsalova S.L., Tsybakova O.V. Gastronomic tourism as a priority direction for the development of domestic tourism in Russia. *Vestnik OrelGIET = Vestnik OrelGIET*. 2021; (4):10–14. (In Russ.).
2. Data from the Primorsky Territory Tourism Agency. URL: <https://www.primorsky.ru/authorities/executive-agencies/departments/tourism-pk/plany-i-otchety-departamenta.php>.

3. The best cities in Russia and the world for food lovers. URL: <https://news.booking.com/en-us/global-delicacies-en/>.
4. GOST R 7.0.60-2020 "System of standards for information, librarianship and publishing. Editions. Main types". URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_369837/23968971a5ebb6cd0c5a86bab6c1f50de9048fcf/.
5. Pisarenko E.A. Mobile guide to the Caucasian Mineral Waters as a tool for integrating resorts into the online space of the tourism business. *Vestnik ekspertnogo soveta = Bulletin of the Expert Council*. 2018; (3): 53–59. (In Russ.).
6. Gendina N.I., Valyalina A.S. Electronic guides: training methodology and prospects for use in distance learning. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv = Bulletin of the Kemerovo State University of Culture and Arts*. 2021; (55): 212–223. (In Russ.).
7. Lisitsyn P.A., Rochev K.V. Development of an automated information system "Cultural and historical guide to Ukhta". *Informacionnye tekhnologii v upravlenii i ekonomike = Information technologies in management and economics*. 2019; (2):11–16. (In Russ.).
8. Kuznetsova A.A. Russian experience in compiling a tourist guide. *Nauchnye issledovaniya = Scientific research*. 2017; (3): 29–31. (In Russ.).
9. Zhmuydin I.A., Shemetova E.V. Development of the concept of a guide to catering establishments in the historical center of the city of Vladivostok. *ANI: ekonomika i upravlenie = API: economics and management*. 2020; (3): 149–154.
10. Salimova A.Sh. The relevance of developing a gastronomic guide to the Republic of Crimea. *Geografiya, ekologiya, turizm: Nauchnyj poisk studentov i aspirantov = Geography, ecology, tourism: Scientific search for students and graduate students*. 2019; (1): 215–218. (In Russ.).
11. Antenadaily. URL: <https://antennadaily.ru/spb/>.
12. Lemonguide. URL: <https://lemonguide.ru>.
13. Geography of taste. URL: <https://www.nikaganich.ru/geografiya-na-vkus>.
14. Sokolova A.A. Geographical content of the image of the tourist territory and the problem of its reliable display in the promotion of tourist resources. *Vestnik Leningradskogo gosudarstvennogo universiteta im. A.S. Pushkina = Bulletin of the Leningrad State University. A.S. Pushkin*. 2011; (3):155–165. (In Russ.).
15. Kalyuzhny E.R., Krasnousov V.M., Zarikovskaya N.V. Mobile application for the ios platform "Guide to tourist places". *Elektronnye sredstva i sistemy upravleniya. Materialy dokladov Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii = Electronic means and control systems. Materials of reports of the International scientific-practical conference*. 2021; (1): 329–332. (In Russ.).
16. Dunaeva V.G., Semenova L.V. Development of gastronomic tourism and cross-border cooperation. *Turizm i transgranichnoe sotrudnichestvo: gastronomicheskij turizm i ego rol' v diversifikacii ekonomicheskoy deyatel'nosti regiona: materialy nauchnoj konferencii molodyh uchenyh = Tourism and cross-border cooperation: gastronomic tourism and its role in the diversification of the economic activity of the region: materials of the scientific conference of young scientists*. – Kaliningrad: Immanuel Kant Baltic Federal University; 2017. P. 13–20. (In Russ.).
17. Michelin guide. URL: <https://guide.michelin.com/ru/ru>.
18. Shemetova E.V., Den V.G. The potential of catering establishments in the city of Vladivostok in the formation of gastronomic tourism in the region. *Territoriya novyh vozmozhnostej. Vestnik Vladivostokskogo gosudarstvennogo universiteta ekonomiki i servisa = Territory of new opportunities. Bulletin of the Vladivostok State University of Economics and Service*. 2019; (3): 94–104. (In Russ.).

19. The concept of the development of gastronomic tourism in Primorsky Krai based on the Far Eastern cuisine. ANO "Tourist Information Center of Primorsky Krai". *Pacific Russia Food*. URL: <https://pacificrussiafood.ru/>.
20. Shemetova E.V., Poklad N.A. Gastronomic events in the tourist market of Vladivostok: status and assessment. *Territoriya novyh vozmozhnostej. Vestnik Vladivostokskogo gosudarstvennogo universiteta ekonomiki i servisa = Territory of new opportunities. Bulletin of the Vladivostok State University of Economics and Service*. 2021; (3): 21–39.
21. Uvarova A.K. Advertising and information means as a tool for image-building of the Department of Recreational Geography and Tourism of the Treasury named after Al-Farabi. *Nauchnyj rezul'tat. Tekhnologii biznesa i servisa = Scientific result. Business and service technologies*. 2017; (4): 73–84. (In Russ.).
22. Chertykovtseva E.A. Peculiarities and principles of designing a guide as a means of advertising and communication. *Uchenye zapiski OGU. Seriya: Gumanitarnye i social'nye nauki = Uchenye zapiski OSU. Series: Humanities and social sciences*. 2018; (4): 444–447. (In Russ.).

Информация об авторах:

Шеметова Елена Васильевна, ст. преподаватель кафедры туризма и экологии ВГУЭС, г. Владивосток. E-mail: elena.shemetova@vvsu.ru. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1456-8911>

Приходько Камилла Валерьевна, студент кафедры туризма и экологии ВГУЭС, г. Владивосток. E-mail: camivvvv@mail.ru. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3312-570X>

DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2022-2/088-104>

Дата поступления:
06.05.2022

Одобрена после рецензирования:
18.05.2022

Принята к публикации:
20.05.2022