

Владивосток
Издательство ВГУЭС
2014



Том 2

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

В шести томах

(17–18 апреля 2014 года)

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

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

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

СОДЕРЖАНИЕ

ДИЗАЙН: АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ	6
<i>Ковех А.Е., Карасева Л.Л., Шатова Л.А.</i> Гуманизация городской среды на примере дизайнерского преобразования жилого двора.....	6
<i>Колмакова В.Е.</i> Актуальные проблемы ландшафтного дизайна г. Владивостока	8
<i>Коновалова А.С.</i> Эргономика в русском дизайне.....	9
<i>Коробко К.Ю.</i> Проблемы социокультурной адаптации иностранной строительной компании «Сандарт» к специфике ведения бизнеса в России.....	12
<i>Куликова М.Д.</i> Профессия дизайнер – почему мы медленно движемся к качественным преобразованиям в среде? Портрет современного дизайнера	15
<i>Куркина А.Е.</i> Парк «Минного городка» во Владивостоке. Актуальные проблемы средового дизайна.....	16
<i>Суханов И.С.</i> Проблемы дизайна современных индивидуальных домов для молодых семей.....	18
СЕРВИСНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ. ИНДУСТРИЯ МОДЫ	21
<i>Булатова А.С., Снегирева Э.Н.</i> Особенности выбора ассортимента одежды и ее элементов для людей с ограниченными двигательными возможностями.....	21
<i>Васюк М.Ю., Божок Т.А.</i> Жилищно-коммунальное хозяйство Владивостока в начале XX века. 23	
<i>Гиталенко В.Г., Ключко И.Л.</i> Разработка стандарта обслуживания с учётом специфики технического сервиса	25
<i>Данько А.А., Моисеенко О.В.</i> Исследование значимости элементов организационной культуры в контексте удовлетворенности персонала.....	28
<i>Драгилина А.М., Ключко И.Л., Слесарчук И.А.</i> Разработка мужского жилета для маломобильного человека.....	31
<i>Златоустова В.Ю., Кобцева Н.В.</i> Технологии формирования коммуникативной компетентности в подростковом возрасте.....	33
<i>Ткаченко Е.В., Извекова Т.А.</i> Анализ приемов формирования имиджа учителя у целевой аудитории.	35
<i>Ирхина Ю.В.</i> Стилеобразующие элементы современного костюма, влияющие на формирование современного художественного образа (look).....	37
<i>Киртичникова А.Р., Ключко И.Л.</i> Разработка университетской одежды с элементами фирменного стиля ВГУЭС	39
<i>Ткаченко Е.В., Королева Ю.Ю.</i> Технологии работы с клиентами.....	41
<i>Кукина Е.Е., Учиткина А.А.</i> Устранение социальной разобщенности.....	44
<i>Кутявина Д.Е.</i> Использование приемов скульптурной пластики в дизайне костюма	46
<i>Матина В.С.</i> Особенности регионального использования fashion-терминов.....	48
<i>Полякова А.В.</i> Апробация методики прогнозирования имиджевых характеристик модного продукта.....	50
<i>Радионова К.Ю., Ключко И.Л.</i> Определение значимости проведения наукоориентированных мероприятий для студентов 1 курса в университете	53
<i>Романова Е.С., Сустова Ж.В.</i> Визуальные технологии в современной массмедийной культуре	55
<i>Синенко Р.И.</i> Анализ использования пушно-мехового полуфабриката для декорирования современных изделий.....	58

Фомина А.В., Ключко И.Л. Особенности разработки формального логотипа для университетской одежды.....	60
Черненко А.В., Комиссарова Д.В., Кочеткова И.С. Развитие инфраструктуры Владивостока в период 2008–2012 гг.....	64
Шагина Я.А., Ключко И.Л., Зайцева Т.А. Разработка декоративных элементов авторской коллекции «MAGIC BLACK».....	66
ТУРИЗМ, СПОРТ И ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА.....	68
Балабанова Е.Д. Особенности организации спортивного туризма.....	68
Балабанова Е.Д. Хасанский район – территория новых возможностей.....	69
Барыкин Я.Н. Научные основы физической рекреации экологического туризма в системе регионального развития.....	71
Бочарова К.Н. Физическая культура, как способ приобщения молодежи к здоровому образу жизни в Приморском крае.....	74
Бурлова С.В. Анализ проблем развития анимации в индустрии туризма.....	75
Буторин Ю.А., Баринев К.В. Современные технологии физкультурно-оздоровительного сервиса, спорта и туризма.....	76
Вечерская Е.М., Шеметова Е.В. Современное состояние организации питания школьников в Приморском крае.....	79
Гомилевская Я.Г., Щербанюк М.А. Владивостокская крепость: история и современность.....	82
Григорьева Е.В. Территориальный маркетинг: зарубежный опыт и российская практика.....	85
Дмитриенко Ю.В. Взаимодействие России и Китайской Народной Республики в сфере подготовки кадров для индустрии туризма.....	88
Жеурова В.К. Безопасность жизнедеятельности в сфере туризма.....	90
Зарочинцева Ю.Д. Физическая культура и спорт как жизненная необходимость.....	93
Кшимова Е.В. Анализ ресторанного рынка города Владивостока.....	95
Ковалева А.Р. Здоровый образ жизни как альтернатива вредным привычкам.....	97
Кормушин А.Д., Барабанов М.И. Организация пляжного и летнего отдыха на территории Приморского края (ПК).....	100
Круглов А.В. Влияние экстремальных видов спорта на развитие молодежной субкультуры (на примере туристской деятельности).....	102
Литвинов И.А. Организационно-методические основы развития быстроты и координационных способностей с помощью спортивных и подвижных игр и специально-подготовительных упражнений в учебно-тренировочном процессе юных футболистов 14–15 лет.....	104
Лысикова Н.К. К вопросу о развитии туризма в Приморском крае.....	107
Ляшенко Е.Г. Анализ методов продвижения гостиниц Владивостока.....	110
Мальцев А.А. Развитие спортивно-оздоровительного туризма в регионах Российской Федерации.....	112
Мантула Г.В. Использование витаминов, микроэлементов и минералов при оказании услуг в сфере спортивно-оздоровительного сервиса.....	113
Молоток Д.В., Гайфулин Е.В. Спортивные сооружения и объекты Камчатского края.....	116
Назаров А.С. Физическая культура и спорт как жизненная потребность.....	118
Насеня Н.А. Комплексная реабилитация травм голеностопного сустава у спортсменов, занимающихся спортивной гимнастикой.....	119

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

402

2. Еркомайшвили И.В. Основы физической культуры. – Екатеринбург, 2004.
3. Коробков А.В., Головин В.А., Масляков В.А. Физическое воспитание. – М.: Высш. школа, 1993.
4. Мельников В.С. Физическая культура: учебное пособие. – Оренбург: ОГУ, 2002.
5. Курс лекций по физической культуре: учеб. пособие/ под ред.О. Л.Трещевой. – Омск, 2006.

АНАЛИЗ РЕСТОРАННОГО РЫНКА ГОРОДА ВЛАДИВОСТОКА

Е.В. Климова, студент 1 курса, Институт сервиса туризма и дизайна

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, г. Владивосток

Ресторанный бизнес является важнейшим элементом социальной сферы, который играет большую роль в повышении эффективности общественного производства, и соответственно, росте жизненного уровня населения.

По статистике, ресторанный бизнес является одним из самых быстро окупаемых, но в то же время высоко рискованным. В мировой практике предприятия общественного питания по количеству банкротств занимают четвертое место в мире.

Ресторанный бизнес увлекателен и перспективен: правильный выбор места и кухни, атмосферы и качественно организованное обслуживание создают возможности для привлечения внимания рынка и дают хорошую прибыль на инвестиции.

В традиционной классификации, установленной ГОСТ Р 50762-95, рестораны делятся на три класса: «люкс», высший и первый, каждому из которых соответствует определенный набор требований [1]. Современные специалисты используют иную градацию: элитные, рестораны для среднего класса и фаст-фуды.

Сеть предприятий питания, которой пользуется население города Владивостока, представлена различными типами: столовыми, ресторанами, кафе, закусочными, барами и др. Необходимость различных типов определяется: разнохарактерностью спроса населения на различные виды питания (завтраки, обеды, ужины, промежуточные приемы пищи, бизнес-ланчи); спецификой обслуживания людей и во время коротких обеденных перерывов, и во время отдыха; необходимостью обслуживания взрослого населения и детей, здоровых и нуждающихся в лечебном питании. Спрос на продукцию и услуги массового питания непрерывно изменяется и растет [2].

Типизация предприятий питания во Владивостоке производится в зависимости от формы обслуживания потребителей, характера деятельности, ассортимента реализуемых блюд. Учитываются особенности интерьера, музыкального сопровождения, мебелировки, столовой посуды и белья, приборов.

Жители Владивостока и гости столицы Приморья сегодня имеют возможность отведать блюда разных кухонь:

- корейская кухня («Korea house», «Хваро» и другие);
- японская кухня («Эбису», «Мацури», «Тотори», «Токио», «Маки»);
- кавказская кухня («Сулико», «Крестовый перевал», «Два грузина»);
- славянские яства («Околица», «Пузата хата», «Избушка»);
- итальянская кухня («La Trattoria», «Пицца-М», «Via Vai»);
- авторская кухня («Семь футов», «Del Mar», «Орлиное гнездо», «ВагхаТ») [3].

Две тенденции ресторанного бизнеса во Владивостоке – расширение сети иностранных ресторанов и открытие кафе и ресторанов в крупных супермаркетах (принцип, активно применяющийся в Восточной Азии).

Достаточно популярны среди молодежи демократичные кофейни и кафе («Кофетория», Travelers coffee «Вишневый сад», «Душечка», «Five o'clock», «Шоколадница» и т.д.).

Как грибы во Владивостоке выросли пивные рестораны («Гутовъ», «Републик», «Ханс»). По вполне приемлемой цене можно попробовать различные сорта пива собственного приготовления, к которым подают дичь (оленину, изюбятину, медвежатину, рябчиков).

Во Владивостоке большое количество предприятий быстрого обслуживания. Основное направление в меню – блюда фаст-фуд («BUBO», «Кантри Фрайд Чикен», «Magic burger», «Wonderfood», «Оки-доки», «Роял бургер»).

Все рестораны сочетают в себе производство, реализацию и организацию потребления продукции с организацией отдыха и развлечений потребителей. Сегодня рестораны, кафе, кофейни занимают определенное место в жизни жителей Владивостока, для которых посещение предприятия питания – это не праздничное событие, а привычное дело в ежедневной суете. Появляется определенное ресторанное пространство в городе: проводятся кулинарные фестивали и мастер-классы.

Ресторанный рынок за последнее время достаточно стабилизировался и на нем не происходит ничего экстремального. Рынок развивается нормально и ровно с точки зрения основных показателей. Открываются рестораны разных категорий. Качество предприятий общепита становится все лучше и лучше. Растет уровень подготовки персонала, общий профессиональный уровень становится выше. Улучшается также качество продуктов, используемых предприятиями, качество блюд и качество сервиса.

Одним из ключевых событий последнего полугодия стало привлечение достаточно больших инвестиций в индустрию питания. Отрасль приобрела определенный интерес для крупных инвесторов. Стал серьезно

расширяться сегмент демократичных ресторанов, и многие фирмы занимаются сегодня формированием институциональной политики в этом направлении. Ситуация на рынке осложняется тем, что к пригодным для раннего бизнеса помещениям проявляют интерес многие крупные сетевые компании из других секторов экономики (розничная торговля, сфера услуг и т.д.). Западные компании все больше и больше проявляют интерес к нашему рынку. В текущий год ситуация вообще качественно изменилась. Многие иностранные компании пришли и активно развивают бизнес либо самостоятельно, либо с местными партнерами. Рынок становится более конкурентным [4].

В городе функционируют 47 ресторанов на 4,0 тысячи посадочных мест, что составляет 14,1% от общего количества посадочных мест. Среднедневная выручка 1 ресторана составляет порядка 42 тыс. руб. Объем оборота общественного питания в 2011 г. в городе Владивостоке составил 4093,7 млн. рублей (102,7% к уровню сопоставимых ценам к уровню 2010 г.), в январе-июне 2013 года составил 5,8 млрд. рублей (117,6% к уровню сопоставимых ценам к уровню июня 2012 г. в сопоставимых ценах).

Из 20 кулинарных специализаций, представленных предприятиями общественного питания г. Владивостока, на долю специализированных предприятий русской кухни приходится не более 5 процентов. Большинство предприятий специализируются на китайской, 12 процентов – корейской, 8 процентов – японской, по 5 процентов – азербайджанской, азербайджанской и 32 процента – других видов специализации (европейская, индийская и др.). В городе Владивостоке преобладают предприятия питания, специализирующиеся на китайской кухне, это можно объяснить тем, что туристский поток в регион и город Владивосток составляет около 90 % туристов из КНР.

По мнению экспертов ВТО, Владивосток обладает не более 12 ресторанами из 47, отвечающими требованиям въезжающих иностранных туристов. Вместе с тем, 20% опрошенных низко оценивают обслуживание в этих предприятиях, а в целях дальнейшего развития туристической инфраструктуры г. Владивостока опрошенные считают необходимым создать предприятия именно русской кухни. Экспертные опросы выявили эту необходимость [5].

Следует отметить, что удачное расположение г. Владивостока способствует дальнейшему развитию индустрии общественного питания. Город часто посещают иностранные и российские делегации, бизнесмены, туристы, которые имеют средства для посещения предприятий общественного питания любого типа. Затраты горожан на услуги общественного питания имеет явную тенденцию к снижению [6].

Территориальное распределение заведений в городе неравномерно. Наибольшая концентрация заведений наблюдается в Ленинском и Фрунзенском районах, в Первореченском и Первомайском районах – относительно меньше. Помимо высокой концентрации в центральной части города, предприятия питания также располагаются вдоль центральной дорожной ветки города. Наименьшее количество заведений общепита приходится на спальные районы города [7].

Среди факторов, формирующих покупательские предпочтения и влияющих на их рыночные проявления, можно выделить: уровень цен; ассортимент блюд и их вкусовые качества; уровень обслуживания в ресторане; месторасположение ресторана; атмосфера и интерьер зала ресторана.

В ходе анкетирования было выявлено, что потребители, выбирая ресторан для посещения, обращают внимание на стоимость блюд – 26% опрошенных отметили значимость этого фактора. На втором месте – вкусовые качества блюд (21%). Третье место занимает качество обслуживания в ресторане (20%).

Система торговли и общественного питания г. Владивостока имеет низкий уровень информативности, обеспечения своей деятельности и потребителей, отсутствует мониторинг развития торговли и общественного питания, отсутствует целостная система переподготовки и повышения квалификации работников этой сферы, отсутствует система обеспечения и поддержки инновационных процессов и привлечения в эту сферу инвестиций.

В развитии сферы торговли и общественного питания г. Владивостока отсутствует и не проводится никакая-либо определенная политика местных органов администрации в развитии этой сферы. Не обозначена политика муниципального образования в области стандартизации сферы торговли и общественного питания, отсутствует четкое регулирование, упорядочения деятельности контролирующих органов и пресечения необоснованных административных барьеров, а также создания механизмов саморегулирования в этой сфере экономики [7].

При очевидном замедлении темпов инфляции на потребительском рынке в последние годы, ее уровень остается еще достаточно значительным, и это ярко проявляется в сфере торговли и общественного питания г. Владивостока. С учетом того, что значительная часть населения города имеет денежные доходы ниже установленного минимума, одной из главных проблем развития торговли и общественного питания является обеспечение экономической (ценовой) доступности товаров и услуг для всех социальных групп населения города.

Для совершенствования организации питания в г. Владивосток обязательно следующие мероприятия:

- проведение реконструкции морально устаревших предприятий питания с установкой современного оборудования, разработкой новых;

- разработка технологий в приготовлении блюд, использование полуфабрикатов высокой степени готовности;

- разработка оптимальной системы налогообложения ресторанов, которая сможет создать механизмы восстановления оборотных средств;

- использование в деятельности руководителей ресторанов маркетинговых исследований;

– открывать современно оборудованный отдел кулинарии с большим ассортиментом и умеренными ценами, где будут продаваться продукты собственного производства. Низкие цены могут быть обеспечены за счет прямых поставок сырья и невысокой торговой наценки;

– пересмотреть кадровый состав производственного и обслуживающего персонала, обращая больше внимания на уровень профессиональной подготовки [8].

Считается, что привлечение одного нового клиента стоит гостинице в 4–6 раз дороже, чем удержание старого. Поэтому большинство ресторанов сейчас держат курс именно на удержание старых клиентов. Большинство ресторанов при разработке программ привлечения клиентов в основном используют такую систему как вознаграждение клиента. Цель этой системы – стимулирование потребителя осуществлять покупку товаров/услуг в конкретном ресторане. Программы вознаграждения постоянного клиента основаны на системе накопления очков для последующего бесплатного обслуживания по выбору.

Выделяют 5 основных направлений работы, которые помогут повысить долю возвращающихся клиентов: атмосфера; качество; реактивность, или готовность быстро помочь клиенту; уверенность и компетентность персонала; искренность. [9].

Рынок предприятий общественного питания города Владивосток развивается довольно динамично, но темпы его роста пока не достигли московских. Так же как в Москве, в нашем городе основным направлением развития являются кофейни, демократичные кафе, пивные рестораны и предприятия быстрого питания. Но в то же время владивостокским рестораторам не хватает управленческого опыта, а жителям – привычки посещать предприятия питания регулярно, а не только по праздникам. Все вышесказанное приводит к тому, что во Владивостоке даже в дорогих ресторанах можно столкнуться с грубым обслуживанием и некачественной пищей. Но радует то, что ресторатор сегодня стал понимать, что качество ресторана – это не только качество интерьера, но и вкусная еда. Открытие новых предприятий общественного питания предполагает разнообразие ассортимента предоставляемых на рынке услуг, усиление конкуренции на рынке, что приведет к повышению качества услуг.

1. ГОСТ Р 50762-95 «Общественное питание классификация предприятий».
2. Коршунов Н.В. Организация обслуживания в ресторанах. – М.: Высшая школа, 1980.
3. Рестораны Владивостока [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tripadvisor.ru>
4. Пугач Ю.В. События, влияющие на конъюнктуру рынка, основные тенденции рынка, динамика рынка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.revolution.albest.ru>
5. Государственная программа Приморского края «Развитие туризма в Приморском крае» на 2013–2017 годы.
6. Цой Е. «Кофейный» Владивосток [Электронный ресурс] // Конкурент. – 2011. – Режим доступа: <http://www.konkurent.ru>
7. Инфраструктура туризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.invest-primorsky.ru>
8. Ефимова С. Л. Ресторанный бизнес в России: Технология успеха/ С.Л. Ефимова. – М.: Консульт, 2002. – 468 с.
9. Петраков А.А. Маркетинговые исследования для ресторанов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.restcon.ru>

ЗДОРОВЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ КАК АЛЬТЕРНАТИВА ВРЕДНЫМ ПРИВЫЧКАМ

А.Р. Ковалева, студент 1 курса, Институт сервиса, туризма и дизайна

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, г. Владивосток

Оздоровительное влияние физических упражнений на организм человека известно с глубокой древности, так как занятия физическими упражнениями являются очень сильным средством изменения физического и психического состояния человека. Правильно организованные занятия укрепляют здоровье, улучшают физическое развитие, повышают физическую подготовленность и работоспособность, совершенствуют функциональные системы организма человека.

Целью работы является описание пагубного влияния вредных привычек на организм и выдвигения как альтернативы здоровый образ.

Проблема употребления алкоголя и табака очень актуальна в наши дни. Сейчас их потребление характеризуется огромными цифрами. От этого страдает общество, но в первую очередь под угрозу ставится подрастающее поколение: дети, подростки, молодежь, а также здоровье будущих матерей. Алкоголь и табак особенно активно влияет на несформировавшийся организм, постепенно разрушая его. Последствия вредных привычек очевидны. Доказано, что они отрицательно действуют на организм вплоть до его разрушения. Особенно это влияет на мышечные ткани и умственную деятельность. Альтернатива этому – здоровый образ жизни, занятия спортом.

Среди основных причин возникновения и распространения вредных привычек можно назвать: социальную согласованность (та или иная модель поведения принята в группе, к которой человек принадлежит или с которой он себя идентифицирует, он чувствует необходимость следовать ей, чтобы показать свою принадлеж-

Таким образом, спортивно-событийный туризм расширяет кругозор, обогащает духовную жизнь, является прекрасным средством познания красоты природы, помогает в выборе профессии, оказывает положительное влияние на организм школьника, где широко используются многими школами для расширения и углубления знаний учащихся, формирования их мировоззрения, оздоровления.

Практика работы турагентств показывает, что для россиян событийный туризм сегодня является преимущественно рабочим мероприятием (разнообразные отраслевые семинары, выставки и фестивали). У событийного туризма в России есть потенциал для развития: многовековые народные традиции праздников, этнография народов страны, многочисленные крупные события, на которое будет настроен туристский рынок. Для того чтобы выявить интерес к событийному туризму с элементами культурно-познавательного экскурсионного туризма нами был проведен опрос туристов в составе туристских групп, покидающих Владивосток. Опрос проводился в аэропорту. Всего участие в опросе приняли 60 человек. Результаты опроса следующие: большинство опрошенных в разной степени готовы стать участниками событийного тура: уверенно сказали «да» – 30%, «скорее – да» – 25%, полностью отрицают интерес к событийному туру 20% и еще 25% скорее всего не захотят принять участие в событийном туре; основой для событийного тура большинство опрошенных выбрали праздник (35%), вторым ответом по удельному весу от числа опрошенных стал выбор делового события – 20%, спортивные события интересуют 30% опрошенных, музыкальное событие (10%), а 5% опрошенных не определились в ответе.

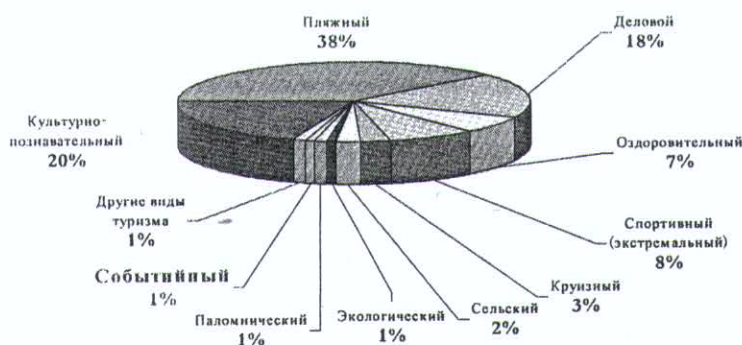


Рисунок. Развитие событийного туризма в России в 2012 году

Выводы. В России событийный туризм пока не получил большого развития, так как он сдерживается несколькими факторами: неразвитостью инфраструктуры туризма в регионах; слабым продвижением страны на уровне федерации, необходимостью больших денежных вливаний для организации крупных событий. Россия имеет вековые традиции организации праздников, наша страна богата этнографическими ресурсами, имеются развитые традиционные декоративно-прикладные ремесла, появляются новые фестивали, основанные на культурно-историческом потенциале – всё это создает прекрасную основу для развития спортивно-событийного туризма в России (рисунок).

1. Коновалов А.В. Проблемы и возможности развития спортивно-событийного туризма / А.В.Коновалов // Концептуальные основы развития туризма и туристского сервиса: сб. научных статей и докладов Всерос. научно-практ. конф. «Современные проблемы развития туризма и туристского сервиса». – В 2 ч., ч. 2. – СПб.: Изд-во СПбГУСЭ, 2005. –178 с.

АНАЛИЗ ПРЕДЛОЖЕНИЙ ТУРИСТСКИХ КОМПАНИЙ ПРИМОРСКОГО КРАЯ ПО ЭКОЛОГИЧЕСКОМУ ТУРИЗМУ

А.В. Шестернина, С.Ю. Бодянская, студенты 1 курса, Институт сервиса туризма и дизайна

Владивостокский государственный университет экономики сервиса, г. Владивосток

В конце 20-го века интерес к охране окружающей среды стал занимать умы не только экологов. Самые обычные люди стали задумываться о том, какой вклад в сохранение экосистемы Земли могут сделать они. Эко-туризм представляет собой определенный вид отдыха. Экотуристы путешествуют по тем уголкам нашей планеты, где сохранилась дикая природа. Это направление туризма активно развивается в самых различных странах.

В России экологический туризм пока не пользуется большой популярностью, хотя возможностей для его развития предостаточно. По мнению Андрея Петрова, руководителя программы «Всемирное наследие» «Гринпис России», во многом это объясняется крепкой привязанностью россиян к системе «все включено».

Есть еще один немаловажный момент, на который обращают внимание эксперты, – общий низкий уровень экологического воспитания у наших граждан. Многие люди, попадая в природную среду, часто ведут себя как настоящие варвары. На этом основании можно утверждать, что экологический туризм у нас пока что не является технологически оформленным бизнесом, нет его четкой организации и эффективного управления. Отсутствует деятельность по сохранению территорий, вовлеченных в экотуризм. Экотерритории должны находиться под контролем и управлением как независимых экологических советов, так и туристических ассоциаций на условиях их теснейшего взаимодействия [4].

Приморский край с его богатейшей природой, разнообразием достопримечательностей, традиций, культурой коренных народностей имеет значительный потенциал для развития экологического туризма. Этому способствуют следующие факторы: высокое разнообразие и эстетическая привлекательность природных ландшафтов; богатые рекреационные ресурсы; уникальная флора и фауна, наличие большого количества реликтовых и эндемичных видов, а также редких видов, внесённых в российскую и международную Красные книги и др.

Экотуризм уже сейчас развивается на особо охраняемых природных территориях Приморского края. Экономические условия таковы, что даже заповедники вынуждены использовать буферные и охранные зоны как туристический продукт. Привлекательность заповедников особенно высока у иностранных туристов. Научный туризм предполагает, что туристы принимают участие в совместных научных исследованиях, в качестве научных туристов могут быть студенты, аспиранты, научные сотрудники и преподаватели ВУЗов и образовательных школ.

На сегодняшний день туристические фирмы в Приморском крае предлагают более 100 многообразными маршрутами, в той или иной мере использующих природные ландшафты. Однако, кроме как диким, такой туризм назвать нельзя по следующим причинам:

- отсутствует рассчитанная допустимая антропогенная нагрузка на территорию маршрутов;
- нет четкого планирования потоков туристов, формирование групп происходит случайно, они никем не контролируются и не учитываются; нет точного расчета себестоимости экотуров, планируемой прибыли и затрат. Вследствие этого расценки на туры или сильно занижены и вследствие этого невыгодны, или слишком завышены и потому не пользуются спросом и др.;
- зачастую не соблюдаются элементарные этические нормы поведения на природе: не шуми, не навреди, не сломай. Даже учителя средних школ в присутствии своих учеников порой ведут себя на природе не самым достойным образом.

Общий экономический кризис последних лет существенно повлиял на структуру и динамику туризма в Приморье: сократился спрос на путешествия внутри страны и возрос спрос на зарубежные поездки, преимущественно, в Китай и Корею. Приморский край в силу своих эколого-климатических и геополитических преимуществ довольно быстро перестроился на «рельсы» выездного туризма. Небольшие частные туристские фирмы активно включились в маркетинг и менеджмент шоп-туров как в крупных городах, так и в провинции. Экотуризм же заморозился в начальной стадии своего формирования, сократив и без того небольшой поток иностранных туристов в Приморье. Инфляция, рост цен на продукты питания, транспорт, а также сокращение дотаций на социальный туризм, низкие доходы россиян сделали туристские услуги недоступными для большей части потенциальных туристов нашей страны.

В Приморском крае в рамках разработки целевой программы развития внутреннего и выездного туризма на 2011–2016 годы, прежде всего, были определены приоритетные направления туризма, среди которых различные виды экотуризма занимают ведущее место.

Таблица 1

Направления и виды туризма в соответствии с программой развития внутреннего и выездного туризма в Приморском крае на 2011–2016 годы

Направления туризма	Виды туризма
Рыболовно-охотничий туризм	<ul style="list-style-type: none"> - создание и реконструкция баз отдыха, рыболовно-охотничьих баз - разработка маршрутов и программ, в том числе по охоте, рыбалке, речным сплавам, организация турниров по рыбалке - развитие инфраструктуры национальных парков «Зов тигра», «Удэгейская легенда»
Агротуризм	<ul style="list-style-type: none"> - адаптация деревенских подворьев и ферм под туристские потребности - разработка программ участия туристов в деревенской жизни - предоставление услуг питания на основе экологически чистых деревенских продуктов
Пляжный туризм	<ul style="list-style-type: none"> - обустройство пляжей, очистка морской акватории - создание баз летнего отдыха - развитие прибрежных и водных видов отдыха и спорта - развитие круизного и яхтенного туризма

Предварительный анализ внутреннего рынка экотуризма, проведенный ведущими специалистами по экотуризму Приморского края (Галанин, Долгалева, 2010), показывает, что наиболее востребованными являются следующие виды экологического туризма (анализ статистики интернет-сайтов турфирм Приморья):

- научные туры – 1%;
- познавательные туры (орнитологические, ботанические, ландшафтно-географические, археологические, этнографические и др.) – 60%;
- приключенческие туры (пешие, водные, конные, горные) – 29%;
- летние лагеря и программы для школьников – 5%;
- поездки выходного дня – 5% [2].

Туристические фирмы Приморского края предлагают интересные познавательные маршруты и туры:

1. «ФориТур Приморье» предлагает: экскурсионные, экологические, оздоровительные туры в Китай и по Приморскому краю, базы отдыха и детские лагеря, семейные и корпоративные туры выходного дня, сплавы по рекам, экологические туры в Морской заповедник.

2. «Мирабель тур» предлагает: индивидуальные и групповые туры по всему миру, прямые вылеты (Таиланд, Вьетнам, Сайпан и т.д.), однодневные экскурсии и многодневные маршруты по Приморскому краю (сплавы, восхождения на горы, экологические туры, конные маршруты), экологические туры – Ханкайский заповедник, Уссурийский заповедник, Сихотэ-Алинский заповедник, Морской заповедник, Лазовский заповедник, Кедровая падь [3].

3. «Кат» - клуб активного отдыха предлагает: сплавы по горным рекам на любой вкус – сплавы для всей семьи по спокойной р. Партизанской, бурные весенние пороги р.Тигровой для любителей экстрима, сплавы по заповедной р. Киевке, многодневные сплавы для заядлых рыбаков по р. Большая Уссурка (Иман) и Уссури.

4. «Владивосток Море Тур» – «Школа Дикой Природы» – приглашает учеников 3–10 классов на летнюю профильную программу. Программа проводится в тайге, центр экологического туризма «Урочище Большой Липовый», и на морском побережье на о. Попова.

5. «Седьмое Небо» предлагает ЭкоОтель из монгольских юрт. В красивом месте, на побережье Байкала, расположен ЭкоОтель из монгольских юрт = позитивное пространство на территории 2 га для комфортного отдыха и полной релаксации.

Таким образом, в настоящее время экотуризм стал рассматриваться как экономическая категория, выражающая совокупность социально-экономических процессов и отношений в сфере маркетинговых исследований, производства, обмена и распределения между производителями и потребителями туристских услуг.

Природные ресурсы Приморского края создают уникальные возможности для организации экологических и приключенческих туров. Однако работа менеджера по туризму при организации экологических туров сопряжена со значительными организационными и материальными издержками на этапе разработки и подготовки маршрутов. Наблюдается интерес туроператоров к оздоровительным и развлекательным турам, а также к турам активного отдыха, заметно оживляется турбизнес в крае с принятием государственных программ и проектов по развитию экотуризма.

1. Клицунова В.А. Проблемы развития экотуризма в Приморском крае // Проблемы прогнозирования и государственного регулирования социально-экономического развития: матер. IV науч. конф. – М., 2010. – Т.2. – С. 262–267.

2. Матрохин В.И. Экологический туризм в классификации туризма // Вестник Кубанского института международного предпринимательства и менеджмента. – 2011. – №9. – С. 18–21.

3. Гончарук Н.А. Состояние и перспективы развития экологического туризма в ООПТ Приморского края // Вестник молодежного научного общества. – 2011. – №4. – С. 19–23.

4. Бойченко Ф.А. Экотуризм как перспективное направление развития туристической индустрии // Известия Кабардино-Балкарского научного центра РАН. – 2010. – №2. – С. 23–26.

ФИЛОСОФСКАЯ ЭТИКА КАК СУЩНОСТНАЯ ОСНОВА ГОСТИНИЧНОГО СЕРВИСА

А.В. Шестернина, С.Ю. Бодянская, студенты 1 курса, Институт сервиса туризма и дизайна

Владивостокский государственный университет экономики сервиса, г. Владивосток

Гостиничное дело исходит из древнейших традиций, присущих практически любой общественной формации в истории цивилизации человечества – уважения гостя, торжества его приема и обслуживания.

Корпоративная культура – это общий стиль предприятия, понимание ценностей всеми работниками. Корпоративная культура выражается в том, как работники относятся друг к другу и к выполнению своих обязанностей. Каждому предприятию свойственна своя культура.

«Внешний» уровень культуры дает человеку возможность почувствовать, увидеть и услышать то, что создано в организации для ее сотрудников. Все, что в организации имеет место на данном уровне – видимый результат сознательного формирования, культивирования и развития.

«Внутренний» уровень – это ценности и нормы, принципы и правила, стратегии и цели, определяющие внутреннюю и отчасти внешнюю жизнь организации и формирование которых является прерогативой

3. Сайт «Меню недели» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://menunedeli.ru/> (дата обращения 05.12.2013).

4. Клерк. Постановление об установлении величины прожиточного минимума на душу населения и по основным социально-демографическим группам населения Приморского края за IV квартал 2013 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.klerk.ru/doc/351562/> (дата обращения 20.12.2013).

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ЗНАЧЕНИЕ РЕСТОРАННЫХ УСЛУГ ПРИ ГОСТИНИЦЕ НА ПРИМЕРЕ ГРК «АВАНТА»

М.А. Шульгина, студент 3 курса, Институт сервиса, туризма и дизайна

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, г. Владивосток

Любой отель в современном мире представляет собой особую систему связанных между собой элементов, которые действуют как единое целое. Каждая из этих составляющих подразумевает под собой либо доходы, либо расходы гостиницы. В современном гостиничном бизнесе данные зоны (расходы/доходы) четко дифференцированы. К зонам доходности относятся такие зоны как:

- номерной фонд;
- служба питания;
- оздоровительные центры;
- бизнес-услуги;
- помещения, сдаваемые в аренду;
- прачечная/химчистка;
- телекоммуникационные услуги;
- другие дополнительные услуги [1].

Среднестатистическая доходность разных видов гостиничных услуг (в процентах к суммарному доходу от всех видов гостиничных услуг) для усредненной комфортабельной гостиницы представлена на рисунке 1.

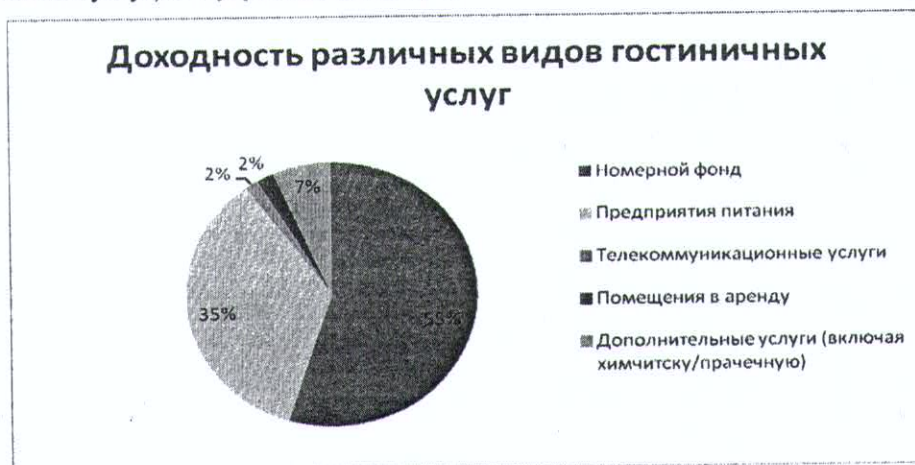


Рис. 1. Доходность различных видов гостиничных услуг [1]

Как мы видим из рисунка 1, наиболее крупным центром дохода гостиницы является ее номерной фонд, однако значительный вклад в получении прибыли приносит и служба питания при гостинице.

Проблема развития общественного питания при средствах размещения неоднократно становилась предметом исследования ряда ученых. Работа ресторана при гостинице существенно отличается от работы обычного ресторана. До 50-х гг. XX в. ресторан в гостинице был второстепенным источником дохода. Иногда он даже был для владельца отеля скорее обузой. Считалось допустимой небольшая убыточность ресторана, которая покрывалась доходами от номерного фонда. Однако по мере снижения загрузки гостиниц, роль службы питания как источника дохода стала возрастать, и в настоящее время практически сравнялась с ролью номерного фонда [2].

- На сегодняшний день, отельер может организовывать службу питания при гостинице двумя способами:
- непосредственно сдавать помещение под ресторан в аренду;
 - включить службу питания в структуру гостиницы и руководить ею самостоятельно.

Второй способ считается намного выгоднее и эффективнее для самой гостиницы. Нельзя с уверенностью сказать, что рестораны при гостинице выгоднее или стабильнее, чем обычные рестораны. В данной сфере многое зависит от сезона. Но если отельер спланирует свою работу заранее, подготовится к загрузке, то данная отрасль может приносить достаточно большой доход.

Рестораны при средствах размещения, как правило, рассчитаны на гостей гостиницы, так как в основном номера реализуются с завтраками. Однако для того что бы ресторан при гостинице начал приносить существенный доход, необходимо привлекать клиентов «с улицы».

Остановимся подробнее на характеристике услуг питания в ГРК «Аванта». Ресторан «Аванта» рассчитан на 75 посадочных мест, располагается на 7-м этаже гостинично-ресторанного комплекса. Из больших витражных окон ресторана открывается прекрасный панорамный вид на большую часть города Владивостока. Помещение в котором располагается ресторан «Аванта», имеет площадь 174 кв. м. Зал оборудован свето- и звукоаппаратурой и сценой для вокалистов и живой музыки. В ресторане, кроме основного главного зала, есть VIP-комната площадью 32 кв.м, рассчитанная на 6–8 человек, где в умиротворённой обстановке можно спокойно провести бизнес-ланч с коллегами, деловую беседу с партнерами по бизнесу или просто романтический вечер. В основном данный гостинично-ресторанный комплекс пользуется спросом у деловых и бизнес-клиентов. Ресторан при средстве размещения также посещают гости гостиницы.

По многим показателям ресторан «Аванта» соответствует ресторану первого класса. По стандартам ресторана первого класса соответствует гармоничность, комфортность и выбор услуг, широкий ассортимент фирменных блюд и изделий, а также напитков сложного приготовления для ресторанов, набор напитков, коктейлей несложного приготовления – для баров.

Однако существуют некоторые невыполненные пункты соответствия:

- отсутствует внешняя реклама, вывеска;
- отсутствует банкетный зал, имеется только VIP -комната;
- отсутствуют фирменные блюда и напитки.

Средняя сумма чека в ресторане «Аванта» без учета алкоголя составляет 800–1000 рублей. При проведении банкета минимальная сумма составляет 1500 рублей на одного человека. Это является средней ценой для нашего города.

Стимулирование спроса на услуги ресторана Аванта может включать в себя:

- «спецменю» (по кухне: итальянская, японская, т.д.; по сезонности; по аудитории: детское меню, фитнес-меню);
- «комплименты» (неожиданные подарки и сюрпризы для гостей: цветы, алкогольные напитки, десерты);
- увеличение суммы среднего чека (персонал стоит обучить продавать товары «вдогонку»);
- увеличение оборачиваемости стола (увеличить скорость обслуживания клиентов);
- введение системы бонусных карточек;
- маркетинговые акции (можно ввести во время бизнес - ланча такую акцию как, «6-й бизнес ланч за наш счет»);
- «event- кейтеринг» (выездное обслуживание);
- мониторинг удовлетворенности гостей (анкетирование).

1. Зорин И.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А. Туризм как вид деятельности: учебник. – М.: Финансы и статистика. 2005. – 288 с.

2. Gerald W. The role of the hotel food and beverage division. – Michigan, Wis.: Educational institute of the American hotel and motel association, 1993.

СОСТОЯНИЕ СЕРВИСНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В Г. ВЛАДИВОСТОКЕ НА ПРИМЕРЕ РЕСТОРАНОВ КИТАЙСКОЙ КУХНИ

М.А. Шульгина, Л.Н. Щербатова, студенты 3 курса, Институт сервиса, туризма и дизайна

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, г. Владивосток

В современном мире существует высокая конкуренция на рынке предприятий питания. Предприятия питания растут, развиваются, появляются новые идеи в реализации данных услуг. Исходя из всего этого, руководителям необходимо удержаться «на плаву», не потеряться среди сотни одинаковых ресторанов/кафе/баров. Необходимо вырабатывать новые идеи для привлечения клиентов, а также для их удержания. Повышение конкуренции среди предприятий общественного питания в наше время в первую очередь зависит от качества сервисного обслуживания. Насколько предприятие уделяет внимание мелочам, насколько высока культура обслуживания клиентов, насколько гости являются ключевым понятием для заведения. Следует помнить, что потерянный предприятием гость сегодня, это клиент его конкурента завтра.

Целью нашего исследования являлось изучение состояния и определение проблем сервисного обслуживания в сфере питания Владивостока, а также разработка рекомендаций по совершенствованию организации обслуживания на предприятиях питания нашего города, а, следовательно, и увеличение их конкурентоспособности.

В современном мире тенденции современного ресторанного бизнеса диктуются достаточно жесткой конкуренцией. На сегодняшний день ресторанный бизнес в России это:

- одна из самых быстро растущих и быстро развивающихся социальных сфер общества;
- очень увлекательный и перспективный бизнес.

Всего по состоянию на 01.01.2013 в Приморском крае насчитывается 2300 предприятий общественного питания.

В целом динамика числа предприятий общественного питания в Приморском крае представлена на рисунке 1.

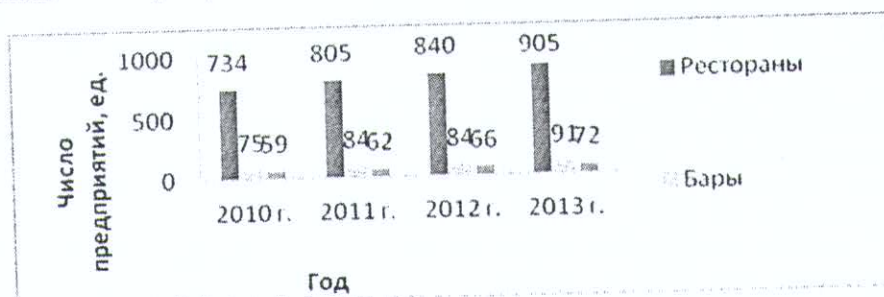


Рис. 1. Динамика числа предприятий общественного питания в Приморском крае по типам, 2010–2013 гг. [3]

Таким образом, исходя из данных на рисунке 1, можно увидеть, что в Приморском крае наблюдается положительная динамика развития рынка общественного питания. Данная отрасль растет и развивается с каждым годом. Также с увеличением числа предприятий растут и обороты денежных средств в отрасли. Оборот от предприятий общественного питания так же имеет положительную динамику (таблица 1).

Таблица 1

Оборот общественного питания по г. Владивостоку [3]

Year	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Оборот общественного питания, млн. рублей	4948,6	6011,5	6693,0	7337,8	8078,0	10 694,0

Как мы можем видеть, оборот средств отрасли вырос, особенно в 2012 году по сравнению с 2011, что связано в первую очередь с ростом посещаемости города, особенно в период проведения Саммита АТЭС.

Общее количество ресторанов во Владивостоке, по данным регулярного экономического мониторинга, в 2012 г. составило 113 [4]. Рассмотрим структуру рынка ресторанов г. Владивостока по типу кухни (рис. 3).



Рис. 3. Структура рынка ресторанов г. Владивостока по типам кухни в 2012 г. [3]

Как видно из рисунка 3, непосредственная близость к странам Азиатско-Тихоокеанского региона очень влияет на специфику рынка ресторанов. Предпочтение отдается китайской и японской кухне. Также основным преимуществом данных «азиатских» ресторанов является on-line заказ, доставка на дом и относительно невысокие цены.

Выявить проблемы сервисного обслуживания на предприятиях питания города Владивостока нам помогло проведение исследований. Нами были выбраны наиболее крупные и узнаваемые рестораны китайской кухни г. Владивостока такие, как: Пандасад, Легенда (Спортивная, 4в), Хунчи (ул. Шилкинская, 4а), Джонка (Иртышская, 32/4), Золотой дракон (Посьетская, 15).

В целом сервисное обслуживание в ресторане можно оценивать по следующим показателям:

- скорость обслуживания (насколько быстро и оперативно официант может обслужить клиента);
- качество презентации блюд;
- чистота, сервировка, освещение, музыкальное оформление;
- вежливость и профессионализм персонала;
- внешний вид работников ресторана;
- скорость и точность расчета с покупателями.

Исследование качества обслуживания осуществлялось методом Mystery Shopping, для чего была разработана специальная анкета. Данная анкета была разбита на несколько блоков, в каждом из которых клиенты выставляли оценку (от 1 до 5).

В первую очередь была дана оценка «Общего вида» ресторана. В целом все Тайные покупатели оценили внешний вид положительно (рис. 4).

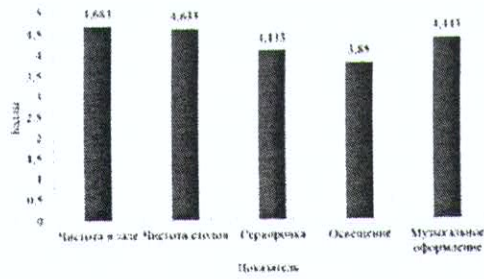


Рис. 4. Средняя оценка «Общего вида» ресторанов китайской кухни

Далее проводилась оценка скорости обслуживания (рис. 5).

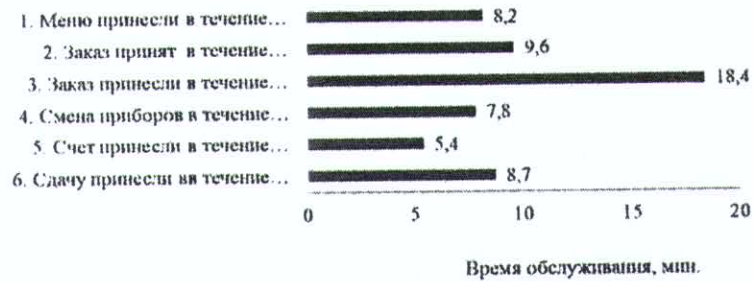


Рис. 5. Среднее время обслуживания ресторанов китайской кухни

При анализе данного блока следует отметить, что официанты работают в целом хорошо, однако обслуживают достаточно долго, необходимо сокращать время обслуживания расчета и время принятия заказа.

Далее было проведено исследование «Презентации блюд и услуг ресторана» (рис. 6), которое состояло в оценке умений официантов предлагать блюда и услуги ресторана.

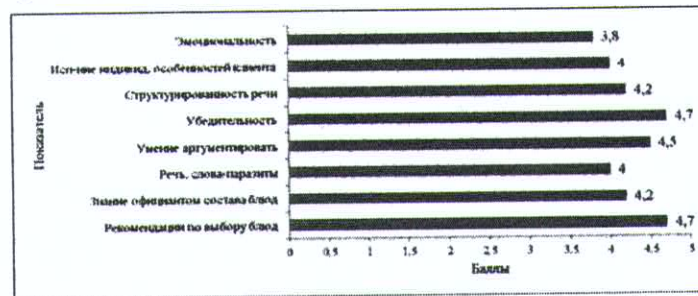


Рис. 6. Средняя оценка по блоку «Презентация»

Согласно комментариям тайных покупателей по данному блоку были выявлены следующие недостатки:

- у официантов много слов-паразитов;
- официанты мало интересуются индивидуальными предпочтениями в еде;
- проявление эмоциональности у официантов оценено по-разному.

Далее была проведена оценка «Работы с возражениями» (рис. 7).

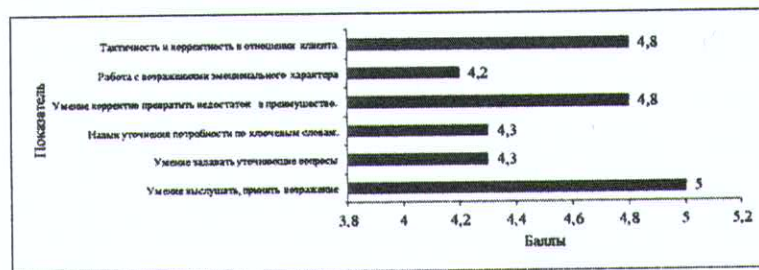


Рис. 7. Средняя оценка по блоку «Работа с возражениями»

В данном блоке высокие баллы (от 4,8 до 5) были получены по таким показателям, как:

- тактичность и корректность в отношении клиента;
- умение корректно превратить недостаток в преимущество;
- умение выслушать, принять возражение.

Общая тенденция исследования отразилась на оценке и по данному блоку. Так, достаточно низко оценено умение работать с возражениями эмоционального характера, а также навыки уточнения индивидуальных потребностей у клиента.

Блок «Расчет покупателя» показал, что соответствие чека, а также его наличие во всех случаях были в норме. Единственным недостатком по данному блоку было определено, что официанты не всегда прощаются с клиентами и достаточно редко приглашают прийти еще.

Блок «Внешний вид официанта» не выявил недочетов, все были оценены на 5. Таким образом, общая оценка ресторанов была равна 4,2 баллам, что является хорошим результатом, однако в обслуживании компаний есть направления для совершенствования.

Собрав и проанализировав информацию по всем 6-ти блокам, нами были выявлены основные, на наш взгляд, проблемы:

низкая скорость обслуживания клиентов;

– наличие у официантов «слов-паразитов» (неграмотность, нетактичность);

– низкий уровень работы с возражениями клиента;

– отсутствие навыков предложения блюд.

Во Владивостоке, по сравнению с зарубежными странами, культура обслуживания посетителей находится в стадии развития и становления. Для того чтобы достичь уровня развития ресторанного бизнеса зарубежных стран, необходимо постоянно совершенствоваться: контролировать и обучать персонал, стараться с каждым днем улучшать качество обслуживания клиентов. Совершенствование сервисного обслуживания является ключевым понятием в достижении данной цели. В целом, для более быстрого совершенствования сервисного обслуживания можно дать следующие рекомендации:

– поддержание высокого уровня обслуживания может быть обеспечено с помощью периодического обучения персонала;

– решить проблему «текучести кадров» можно путем стимулирования персонала;

– официанты, работающие в ресторане, должны знать меню заведения наизусть;

– выделять, поощрять, вознаграждать официантов и других работников, предоставляющих безукоризненный сервис.

– использовать «внутренний PR»: всевозможные «ящики жалоб», «доски объявлений», закрытые для посторонних странички на сайте кафе или ресторана, какие-то иные средства. С помощью внутреннего PR так же проще и эффективнее донести до сотрудников отношение менеджмента к обслуживанию.

1. Алексунина, В.А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности / под ред. проф. В.А. Алексунина. – М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2006. – 590 с.

2. Жабина, С.Б. Маркетинг продукции и услуг: Общественное питание / С.Б. Жабина. – М.: Академия, 2007. – 512 с.

3. Приморский край. Социально-экономические показатели: статистический ежегодник/Приморскстат. – Владивосток, 2013. – 357 с.

ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СИСТЕМЕ МНОГОУРОВНЕВОГО ОБРАЗОВАНИЯ КАК НОВЫЙ ВЕКТОР ВОСПИТАНИЯ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ ЛИЧНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ВГУЭС)

А.Н. Яковлев, доцент кафедры физкультурно-оздоровительной и спортивной работы,

И.Е. Мыльников, преподаватель кафедры физкультурно-оздоровительной и спортивной работы

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, г. Владивосток

В вузе (ВГУЭС) разработана Программа деятельности по оздоровлению студентов и сотрудников и пропаганде здорового образа и стиля жизни в рамках вариативной части основной образовательной программы, физкультурно-спортивная деятельность по оздоровлению профессорско-преподавательского состава включает: регулярные диспансерные осмотры – 95%. Для сотрудников действуют социальные программы: предоставляются бесплатные абонементы в бассейн и сауну сотрудникам ВГУЭС; в тренажерный зал; игровой зал.

Увеличение численности доли студентов, отнесенных к специальной медицинской группе, объясняется не ухудшением состоянием их здоровья, а увеличением численности студентов. Динамика положительная.

На базе регионального медицинского центра «Лотос», входящего в систему ОМС, создан центр «Здоровье», специалистами проводится мониторинг показателей физического развития, скрининг-обследование студентов для диагностики резервов адаптации кардиореспираторной, иммунной, вегетативной нервной системы на протяжении всего процесса обучения с выделением при необходимости группы риска по формированию того или иного хронического заболевания.

Так, по динамике состояния здоровья профессорско-преподавательского состава (по группам здоровья) за последние 5 лет можно судить о результативности физкультурно-оздоровительной и спортивной работы, что, главным образом, влияет на процесс организации физического воспитания в вузе.

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

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

**Материалы XVI международной научно-практической конференции студентов,
аспирантов и молодых исследователей**
(17–18 апреля 2014 года)

В шести томах

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

Том 2



Владивосток
Издательство ВГУЭС
2014