

Секция. СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ СЕРВИС И ТУРИЗМ

Рубрика: Туризм

УДК 338.48

ТЕХНОЛОГИЯ РАЗРАБОТКИ ГАСТРОНОМИЧЕСКОЙ ЭКСКУРСИИ (НА ПРИМЕРЕ ПРИМОРСКОГО КРАЯ)

Д.М. Аросланкина

бакалавр

Е.В. Шеметова

старший преподаватель, кафедра туризма и экологии

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток, Россия*

Новые гастрономические экскурсии основываются на исследовании гастрономической составной части туристского продукта, основывающейся на принципах брендинга местности, образующего туристский стиль местности. Местную кухню рассматривают, как туристский ресурс земель, содействующий созданию новых туристских продуктов, обретению новых граней туристской дестинации. Союз гастрономии и туризма оказывает повышенную поддержку притоку туристов, повышает прибыль от туризма.

Ключевые слова: *предприятия общественного питания, туризм, Приморский край, ресторанное дело, гастрономические экскурсии и дальневосточная кухня.*

TECHNOLOGY OF DEVELOPMENT OF GASTRONOMIC EXCURSIONS (ON THE EXAMPLE OF PRIMORSKY KRAI)

New gastronomic excursions are based on the study of the gastronomic component of the tourist product, based on the principles of branding of the area, forming a tourist style of the area. Local cuisine is considered as a tourist resource of the land, contributing to the creation of new tourist products, the acquisition of new facets of the tourist destination. The Union of Gastronomy and Tourism provides increased support to the influx of tourists, increases the profit from tourism.

Keywords: *catering enterprises, tourism, Primorsky Krai, restaurant business, gastronomic excursions and Far Eastern cuisine.*

Актуальность данной темы обусловлена тем, что питание в индустрии туризма считается важной отраслью, которая оказывает главенствовавшее влияние на социальное и финансовое состояние страны. Важнейшую роль играют продвижение и стабилизация разных видов питания, что дает возможность сохранять региональную идентичность местности и повышать ее туристскую притягательность. Туризм, взаимосвязанный с ресторанным делом, способствует развитию районных производителей, повышает потенциал ценности безопасности питания и высшего качества. Местная кухня содействует зарождению у туристов чувства дома, безопасности и уюта.

Гастрономические экскурсии приобретает возрастающую известность во всем мире. Люди покупают гастрономические специализированные туристические поездки с целью ознакомления с кухней некоторых стран.

Целью данной статьи является описание всестороннего анализа технологии создания гастрономической экскурсии в Приморском крае.

Для достижения цели нужно выполнить следующие задачи:

- рассмотреть понятия и виды гастрономических экскурсий и туризма;
- провести анализ рынка и потребителей гастрономических экскурсий в г. Владивостоке;
- определить перспективы развития гастрономических экскурсий в Приморском крае.

Предмет исследования являются гастрономические экскурсии в Приморском крае.

Объектом исследования является гастрономический туризм.

Для достижения поставленной цели были использованы следующие методы исследования: аналитический, статистический, классификация, опрос, сравнение.

В качестве теоретической базы для данной работы были использованы исследования, научные труды, статьи отечественных и зарубежных авторов в области туризма и гостеприимства (И. В. Кедрова, Г.А. Гомилевская и других), а также электронная нормативно-правовая база, официальные сайты государственных органов и официальные сайты Приморского края.

Гастрономический туризм – вид туризма, связанный с путешествиями по разным странам с целью знакомства с национальными продуктами, блюдами и напитками [1, с. 2-3]. Гастрономический туризм обладает рядом направлений, отраженных на рис. 1.



Рис. 1. Направления гастрономического туризма и экскурсий

Сост. Авт. по [1].

Гастрономический турист – это человек, часто питающийся и покупающий еду и напитки локального производства, предпочтения которого преобладают к заведениям высшего класса.

Экскурсия – это услуга по доставлению удовольствия в познавательных потребностях туристов (экскурсантов), скрывающихся в коллективном (или индивидуальном) изучении и выезде на определенные исторические, природные, культурные и производственные объекты при содействии экскурсовода, гида или гида-переводчика, длительностью менее 24 ч без ночевки. Классификация экскурсий представлена в табл. 1.

Таблица 1

Классификация экскурсий

Критерий	Вид
тематические и обзорные	производственные, исторические, литературные, экологические и т.д.
по способам передвижения туристов	комбинированные (транспортно-пешеходные) и экскурсии других видов; экскурсии с использованием пассажирского транспорта различных видов (автомобильного, железнодорожного, водного, конного, городского электрического, авиационного и др.); пешеходные
по возрасту участников	экскурсии для взрослых; молодежные; детские; экскурсии для пожилых людей.
в зависимости от места проведения	городские; загородные
по времени проведения и других факторов	-
число участников	-
продолжительности	-
назначению	-

Сост. авт. по [2]

Далее рассмотрим виды экскурсионных объектов (табл. 2).

Классификация экскурсионных объектов

Критерий	Вид
содержание	одноплановые; многоплановые.
степень сохранности	полностью сохранившиеся, дошедшие до наших дней со значительными изменениями; утраченные, частично сохранившиеся.
функциональное назначение	основные, которые являются основой для раскрытия подтем; дополнительные, представляемые во время переездов между основными объектами в ходе логических переходов в рассказе.

Сост. авт. по [4].

Целями гастрономических экскурсий являются:

- знакомство с традициями местной кухни и национальными блюдами, а также опробовать вкусные, необычные блюда;
- продегустировать самые необыкновенные блюда и напитки;
- побывать на гастрономическом фестивале или празднике [3, с. 2-4].

Создание новой экскурсии на любую тематику – это самый сложный процесс, требующий активного содействия целого штата сотрудников. Содержание будущей экскурсии, а также её познавательная ценность заключается в соотношении знаний экскурсоводов и методистов, их степени практического понимания ими психологии и педагогики, умения выбирать более действенные способы и приемы воздействия на аудиторию.

В работе над подготовкой новой экскурсии можно выделить несколько ключевых направлений:

- разработка креативной темы экскурсии (новейшей вообще или новой только для определенного экскурсионного предприятия);
- подготовка новичка или уже работающего экскурсовода, гида или гида-переводчика к проведению новой для него, но уже ранее произведенной и проводимой на данном предприятии экскурсии.

В 2019 году в период с января по сентябрь Приморский край с туристскими целями посетили 504 255 иностранцев (рис. 2).

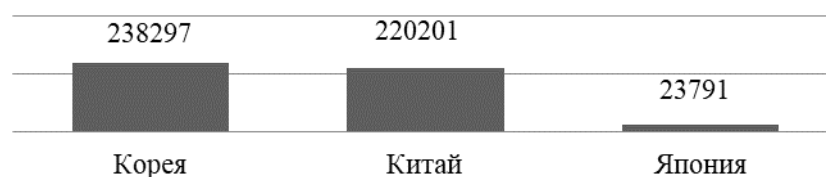


Рис. 2. Страны-лидеры по въездному туризму в Приморский край (человек)

Сост. авт. по [6].

Больше всего туристов в Приморский край прибыло из таких стран, как Корея – 238297 человек, Китай – 220201 человек и Япония – 23791 человек. Также значительный рост показал турпоток из США, Австралии, Филиппин, Индонезии. Несмотря на рост числа въезжающих иностранных туристов, целевым сегментом остаются жители города Владивостока и близлежащих районов.

Для исследования аудитории гастрономических экскурсий был проведен социологический опрос с ноября 2020 г. по февраль 2021 г. В задачи исследования входило:

1. Изучение потенциальных потребителей гастрономической экскурсии;
2. Определение заинтересованности в гастрономической экскурсии;

3. Выявление наиболее оптимальной цены, которую потребители готовы потратить на экскурсию.

В опросе приняло участие 98 респондентов. Согласно результатам исследования 55,2% никогда не посещали гастрономические экскурсии, при этом наблюдается заинтересованность респондентов в гастрономическом туризме (84,5%). Более того, 79,3% респондентов готовы посетить проектируемую экскурсию, посвященную дальневосточной кухне. Большинство респондентов в посещении гастрономической экскурсии привлекает получение знаний о местной кухне региона, выбранного для отдыха (75,9%), на втором месте – возможность интересно отдохнуть (65,5%), третье место занимает возможность участия в кулинарных мастер-классах (44,8%).

Состав респондентов по географическому, демографическому и социально-экономическому признакам представлен в табл. 4.

Таблица 4

Состав респондентов по географическому, демографическому и социально-экономическому признакам

Признак	Показатель	Результаты	
		Значение	Процент
Географический	Место проживания	Владивосток	96,6
		Большой Камень	1,7
		Славянка	1,7
Демографический	Пол	Мужской	37,9
		Женский	62,1
	Возраст	До 18	0 %
		18-24	69
		25-35	3,4
		36-45	3,4
		46-55	13,8
56 и более	10,3		
Социально-экономический	Социальная принадлежность и профессиональная должность	Студент	67,2
		Рабочий	6,9
		Бизнесмен	8,6
		Пенсионер	8,6
		Служащий	8,6

Сост. авт.

Состав респондентов по географическому, демографическому и социально-экономическому признакам показал, что преобладающее количество опрошенных являются студентами женского пола в возрасте 18–25, проживающие на территории г. Владивостока.

Затраты, которые респонденты готовы потратить на гастрономическую экскурсию показаны на рис. 3.

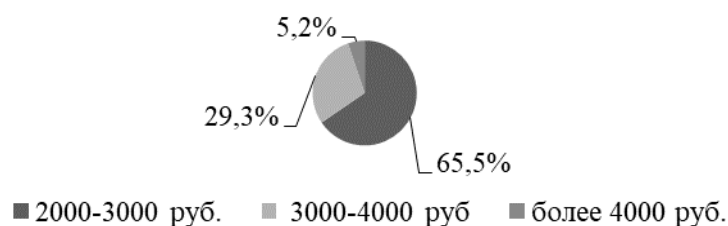


Рис. 3. Затраты на гастрономическую экскурсию

Сост. авт.

Исходя из данных рисунка, наиболее оптимальная стоимость составляет 2000–3000 руб. – 65,5%. Согласно проведенному исследованию выявлен повышенный интерес к посещению гастрономических экскурсий, посвященной дальневосточной кухне. Основной предполагаемой аудиторией являются молодые люди в возрасте от 18–25 лет, готовые потратить на посещение данной экскурсии до 3 000 рублей, проживающие в г. Владивостоке, заинтересованные в получении знаний о местной кухне, интересном отдыхе и мастер-классах. Анализ потребительской среды позволяет выделить следующий портрет потребителя.

На сегодняшний день, Приморье является крупнейшим туристским и торговым центром всего Дальнего Востока. В нашем крае уже успели завоевать популярность гастрономические фестивали и экскурсии [7].

В заключении, можно сделать вывод, что туристская индустрия все больше влияет на мировую экономику. Расширяя пространство и размывая границы, туризм является соединяющим элементом во взаимодействии людей разных национальностей, вероисповеданий, культур. Возрастает не только число ежегодно совершающих путешествия туристов, но возникают и новые разновидности туризма, а также другие направления. К таким и относится гастрономический туризм. Побывав в гастрономическом туре или экскурсии человек увидит мир с помощью нетрадиционного способа. Турист сможет сделать шаг к истории страны посредством кулинарных традиций и устоявшихся способов принятия пищи.

1. Гомилевская Г.А. Кластерный подход к организации гастрономического туризма на примере Приморского края. – Владивосток, 2020. – С. 2-3.

2. ГОСТ Р 53522-2009. – Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения (утв. и введен в действие Приказом Ростехрегулирования от 15.12.2009 № 772-ст). [Электронный ресурс]. – URL: <http://persona-grata.ru/yuridicheskie-uslugi/turbiznes-2020-trebovaniya-zakonodatelstva/gosty-v-sfere-turizma>;

3. Кедрова, И. В. Технология разработки экскурсионного маршрута (типовая структура и технологическая документация): учеб. пособие. – Ростов н/Д.: ДГТУ, 2016. – С. 4,7.

4. ГОСТ Р 50681-2010. – Туристские услуги. Проектирование туристских услуг (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 30.11.2010 N 580-ст). [Электронный ресурс]. – URL: <http://persona-grata.ru/yuridicheskie-uslugi/turbiznes-2020-trebovaniya-zakonodatelstva/gosty-v-sfere-turizma>;

5. Государственная программа Приморского края «Развитие туризма в Приморском крае» на 2019-2023 годы. Официальный сайт Администрации Приморского края и органов исполнительной власти Приморского края. [Электронный ресурс]. – URL: <http://primorsky.ru/authorities/executive-agencies/departments/tourism/the-state-program-of-primorsky-krai-tourism-development-in-the-primorsky-territory-on-the-2013-2017-/>;

6. Официальный сайт ТурСтат. [Электронный ресурс]. – URL: <http://turstat.com/>;

7. Официальный сайт города Владивостока/ Информационный портал. 2020. [Электронный ресурс]. – URL: [http:// www.vl.ru](http://www.vl.ru).

Рубрика: Качество услуг и технологий в индустрии гостеприимства

УДК 331.108

АНАЛИЗ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ (НА ПРИМЕРЕ ООО «ГК ВЛАДИВОСТОК»)

А.А. Бердников

бакалавр

А.В. Перфильев

канд. хим. наук, доц. кафедры туризма и экологии

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Владивосток. Россия*

Статья посвящена анализу системы мотивации персонала на территории ООО «ГК Владивосток», расположенного в историческом центре города. Актуальность данной темы обу-