

ВВГУ

ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет»

XXV

Материалы Международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ВУЗОВ –

**НА РАЗВИТИЕ
ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО
РЕГИОНА РОССИИ
И СТРАН АТР**

4–7 апреля
2023 г.
В четырех томах

Том 3

ISBN 978-5-9736-0710-4 (Т. 3)



9 785973 607104



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Владивостокский государственный университет»

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

Материалы XXV международной научно-практической
конференции студентов, аспирантов и молодых ученых
4–7 апреля 2023 г.

Том 3

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

Электронное научное издание

Владивосток
Издательство ВВГУ
2023

Выявление региональной и социокультурной идентичности студентов ВВГУ	78
В.А. Мигашко бакалавр И.С. Кочеткова канд. ист. наук, доцент	78
Особенности продвижения транспортных услуг по перевозке грузов	81
В.Н. Попова бакалавр Л.А. Мельникова канд. культурологии, доцент	81
Секция. Актуальные проблемы архитектуры	86
Особенности оформления общественных пространств посредством настенной живописи в Китае: исторический обзор	86
Вэй Дантун аспирант Л.А. Мельникова канд. культурологии, доцент	86
Секция. Качество услУГ и технологий	92
Методы обучения персонала гостиничного предприятия (на примере г. Владивостока)	92
А.А. Васюков бакалавр А.В. Перфильев канд. хим. наук, доцент	92
Инновационные технологии анимационного сервиса на предприятиях общественного питания	95
А.Э. Горбатенко бакалавр Г.А. Гомилевская канд. экон. наук, доцент	95
Современные тенденции продвижения гостиничных услуг г. Владивостока	100
А.В. Карпенко бакалавр В.К. Шевченко ассистент	100
Анализ внешних и внутренних факторов, влияющих на развитие гостиничного рынка г. Владивостока	106
В.В. Панфилова бакалавр А.В. Перфильев канд. хим. наук, доцент	106
Дополнительные услуги предприятий питания на рынке г. Владивостока	110
У.Н. Полищук бакалавр Е.В. Шеметова старший преподаватель	110
Гастрономические мероприятия как инструмент профориентационной работы	113
К.В. Русакова бакалавр Е.В. Шеметова старший преподаватель	113
Внедрение инновационных технологий в сферу гостиничного обслуживания (на примере информационных терминалов)	118
О.А. Стрельцова бакалавр А.В. Перфильев канд. хим. наук, доцент	118
Использование интернет-рекламы в продвижении гостиничных услуг (на примере г. Владивостока)	121
М.А. Федюнина бакалавр А.В. Перфильев канд. хим. наук, доцент	121
Оценка социально-психологических факторов трудовой мотивации работников службы приема и размещения (на примере гостиничного предприятия 5* города Владивостока)	124
Е.С. Хворостова бакалавр Г.А. Гомилевская канд. экон. наук, доцент	124
Секция. Современные тренды развития туристских дестинаций	128
Программный метод в развитии экovolонтерского туризма (на примере национального парка «Земля леопарда»)	128
Ю.А. Алишаускас бакалавр	128
Современные тенденции развития горнолыжного туризма в России	135
П.С. Борисова бакалавр И.С. Михина канд. экон. наук, доцент	135
Анализ «дальневосточных завтраков» в системе общественного питания города Владивостока	139
П.М. Валл бакалавр В.Г. Ден доцент	139
Анализ выставочной деятельности в туристской индустрии РФ	146
М.А. Желудкова бакалавр И.С. Михина канд. экон. наук, доцент	146
Аудиогиды в разработке авторских туров (на примере Приморского края)	151
С.А. Задворная бакалавр В.Г. Ден доцент	151
Возможности использования новой русской кухни в продвижении города Владивостока	157
М.Р. Кестер бакалавр В.Г. Ден доцент	157

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ ПРЕДПРИЯТИЙ ПИТАНИЯ НА РЫНКЕ г. ВЛАДИВОСТОКА

У.Н. Полищук
бакалавр
Е.В. Шеметова
старший преподаватель

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

Статья посвящена анализу дополнительных услуг предприятий питания г. Владивостока. Выявлены типы и кулинарная специализация предприятий, определены дополнительные услуги в сфере общественного питания г. Владивостока. Проведено анкетирование и выявлены потребительские предпочтения в дополнительных услугах предприятий питания.

Ключевые слова: услуги предприятий питания, дополнительные услуги, предприятие общественного питания, г. Владивосток.

ADDITIONAL SERVICES OF CATERING ENTERPRISES IN THE VLADIVOSTOK MARKET

The article is devoted to the analysis of additional services of public catering enterprises in Vladivostok. The types and culinary specialization of public catering enterprises are determined, additional services in the field of public catering in Vladivostok are determined. A survey was conducted and consumer preferences in additional services of public catering enterprises were revealed.

Keywords: catering services, additional services, catering company, Vladivostok.

Отрасль общественного питания вносит значительный вклад в социально-экономическое развитие страны, является одной из наиболее быстроразвивающейся и имеющей значительный потенциал. В настоящее время сфера общественного питания занимает второе место по рентабельности, при этом данный вид бизнеса относится к одним из самых рискованных и по вероятности банкротства занимает четвертое место [1].

Деятельность предприятий питания не ограничивается предоставлением только непосредственно услуги питания, но и предоставляют в совокупности с ней большой спектр различных услуг, которые зачастую превышают 50 процентов доходности бизнеса. Наличие дополнительных услуг, оказываемых предприятием общественного питания, повышает его конкурентоспособность. В наши дни это является одним из главных факторов при выборе того или иного заведения общественного питания.

Услуги являются одним из важнейших критериев выбора тренда предприятия питания, а для повышения конкурентоспособности рестораторы пытаются создавать оригинальные дополнительные услуги [2-3]. Современные требования рынка потребителей к услуге питания определяются демократичностью и разнообразием, получением впечатлений от вкусовых ощущений и сочетания цены-качества. Следовательно, услуги предприятий питания обладают качествами, имеющими глобальный характер – относящиеся ко всем услугам, так и частичный – присутствуют только в ресторанном бизнесе [4].

Согласно ГОСТ 31984-2012 Услуги общественного питания. Общие требования, услуги общественного питания могут быть основными и дополнительными. Часто дополнительные услуги являются эмоциональной выгодой с точки зрения определения потребительской ценности продукции общественного питания. И потребители давно воспринимают и новые форматы обслуживания, и интересную подачу только в комплексе с хорошей едой и обслуживанием [4-6].

Цель исследования – проанализировать дополнительные услуги предприятий общественного питания г. Владивостока.

Задачи:

- проанализировать услуги предприятий общественного питания г. Владивостока;
- выявить потребительские предпочтения в услугах предприятий питания г. Владивостока.

В статье использованы общенаучные методы научных исследований.

Рынок услуг общественного питания в г. Владивостоке имеет существенные отличия от других регионов страны в силу того, что Владивосток является портовым пограничным городом с активно продвигаемым правительством имиджем европейского города в Азии. Именно поэтому рынок общественного питания во Владивостоке крайне разнообразен: региональная кухня Дальнего Востока, национальная русская, различные азиатские, а также другие кухни повсеместно представлены различными предприятиями общественного питания, которые и являются объектами интереса со стороны туристов [7].

На основании исследований открытых источников во Владивостоке насчитывается свыше 600 предприятий общественного питания разного класса, из них были проанализированы 477 [8-9]. Структура рынка общественного питания во Владивостоке по итогам 2022 года выглядит следующим образом (рис. 1).

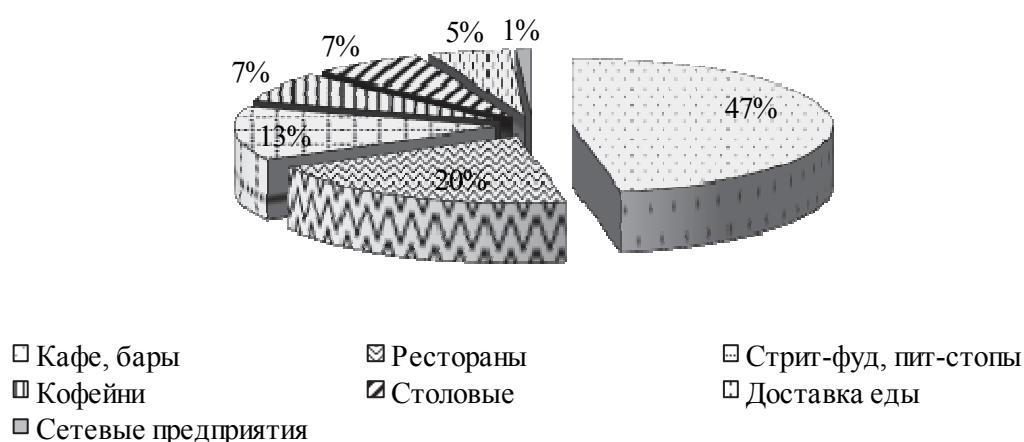


Рис.1. Структура рынка общественного питания г. Владивостока в 2022 году

Таким образом, 74% составляют рестораны, кафе, кофейни и бары (верхний и средний сегменты рынка). Предприятия быстрого питания (fastfood) представлены меньшим сегментом (13%), чем в целом по стране. В большей части это столовые и закусочные, количество сетевых заведений быстрого питания мало (всего 1%), что обусловлено отдаленностью от финансового и экономического центра России. Довольно большое количество заведений уличной еды представлено в необычном формате – в виде киосков «пит-стопов», расположенных вдоль автодорог и пользующихся популярностью у автовладельцев города. Поскольку Владивосток считается городом с наибольшим удельным весом автомобилей на тысячу жителей данное направление сферы общественного питания получило развитие и стабильный спрос.

Всего на рынке ресторанных услуг г. Владивостока представлены кухни более 20 национальностей, наибольшее распространение имеют европейская, итальянская, японская, русская, китайская, корейская, паназиатская, во многих предприятиях представлены сразу несколько кулинарных специализаций. Что касается среднего чека, то если рассматривать рестораны с менее широким перечнем блюд и предоставляемых услуг, то средний чек в них составляет 1000–1500 рублей, в ресторанах с широким ассортиментом блюд и развёрнутым перечнем предоставляемых услуг – 3000 рублей и выше.

Для выявления предпочтений гостей предприятий питания в дополнительных услугах было проведено анкетирование при помощи Google Форм среди 255 жителей города Владивостока с декабря 2022 г. по январь 2023 г. Большинство опрошенных – (70%), студенты 18–25 лет – 25% и люди старше 55 лет – 5%.

Самыми востребованными дополнительными услугами в городе Владивосток являются доставка – 23% и еда/ напитки на вынос – 21% и заказ блюд по интернету – 18% (рис. 2).

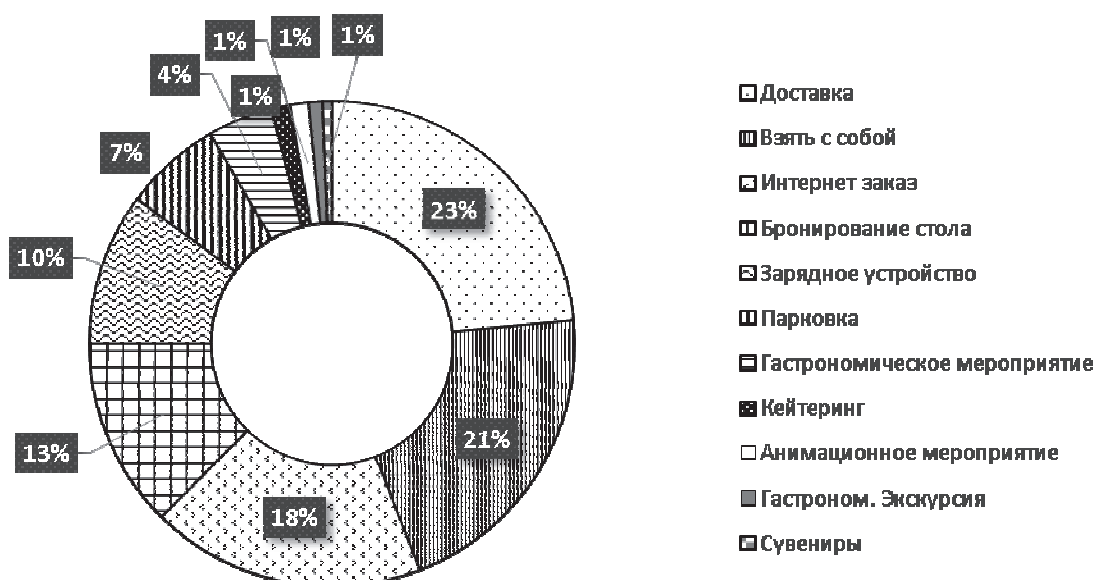


Рис 2. Популярность дополнительных услуг предприятий питания г. Владивостока, в процентах

На основании результатов исследования уточнена классификация дополнительных услуг предприятий питания г. Владивостока (табл. 1).

Таблица 1

Классификация дополнительных услуг предприятий питания г. Владивостока

Критерий	Ресторан	Кафе	Бар	Закусочная	Столовая	Кофейня	Стрит фуд
WI-FI	+	+	+	+	-	+	-
Зарядные устройства	+	+	+	-	-	+	-
Фирменная продукция	+	+	+	-	-	+	-
Доставка	+	+	+	-	-	-	-
Возможность «взять с собой»	+	+	+	+	+	+	+
Бронирование	+	+	+	-	-	-	-
Парковка	+	+	+	-	-	-	-
Детская комната	+	+	-	-	-	-	-
Бонусная программа	+	+	+	+	-	+	-
Событийные мероприятия	+	+	+	-	-	+	-
Обучение	+	+	+	-	-	+	-
Досуг/анимация	+	+	+	-	-	+	-

Согласно таблицы можно сделать вывод, что наиболее широкий спектр дополнительных услуг характерен для таких типов предприятий как ресторан, кафе и бар.

В ходе анализа рынка общественного питания в городе Владивосток были выявлены следующие тренды:

- рост популярности сегмента доставок еды на дом;
- увеличение популярности и активное развитие уличной еды, в том числе в формате «пит-стоп», нацеленном на автомобилистов;
- активно развиваются сетевые концепции столовых, со здоровой недорогой и привычной едой;

- особую популярность получили предприятия питания, реализующие фьюжн кухню, которая сочетает элементы различных кулинарных традиций. Самыми популярными из подобных заведений во Владивостоке являются рестораны паназиатской кухни;
- развитие фуд-кортов, связанное с увеличением торговых площадей и открытием больших торговых комплексов «моллов». Услуга питания в торговых центрах ныне воспринимается не как дополнение к основной функции ТЦ, а как самостоятельный мотиватор к совершению поездки туда;
- активное развитие и повсеместное открытие предприятий общественного питания по франшизе;
- развитие обособленной региональной дальневосточной кухни.

Данный анализ позволяет сделать вывод, что несмотря на сложную экономическую ситуацию в стране, рынок общественного питания продолжает развиваться, являясь точкой притяжения для туристов.

-
1. Акимова Р.А. Роль предприятий общественного питания в современной экономике // Инновационные научные исследования. – 2021. – № 3-2 (5). – С. 65–71.
 2. Веретенников А.Н. Форматы предприятий индустрии питания // Вестник Хабаровского государственного университета экономики и права. – 2019. – № 2 (100). – С. 96–102.
 3. Кравцова Т.С., Шлапакова К.Я. Современные формы предоставления услуг питания // Наука и бизнес: пути развития. – 2022. – № 6 (132). – С. 130–132.
 4. Бугаенко С.А. Маркетинговые особенности классификации ресторанных товаров и услуг предприятий пищевой промышленности // Карельский научный журнал. – 2014. – № 1 (6). – С. 78–80.
 5. Носкова Е.В. Измерение потребительской ценности продуктов общественного питания // Практический маркетинг. – 2018. – № 6 (256). – С. 32–40.
 6. Шеметова Е.В., Бойцова Т.М. Услуги кофеен города Владивостока: современное состояние и перспективы // Фундаментальные исследования. – 2022. – № 12. – С. 142–147.
 7. 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.
 8. Примстат. Предприятия общественного питания. – Текст: электронный [сайт]. – URL: <https://primstat.gks.ru/> (дата обращения: 11.03.2023).
 9. Справочник предприятий питания г. Владивостока. – Текст: электронный [сайт]. – URL: <https://www.vl.ru/vladivostok/cafe> (дата обращения: 20.03.2023).

УДК 37.047

ГАСТРОНОМИЧЕСКИЕ МЕРОПРИЯТИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОФОРИЕНТАЦИОННОЙ РАБОТЫ

К.В. Русакова

бакалавр

Е.В. Шеметова

старший преподаватель

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Статья посвящена возможности проведения гастрономических мероприятий в рамках профориентационной работы. Определены факторы, влияющие на эффективность проводимых профориентационных мероприятий гастрономической направленности. Выявлены виды гастрономических мероприятий на рынке г. Владивостока. Проведено анкетирование и выявлены потребительские предпочтения в форматах гастрономических мероприятий. Предложены рекомендации по организации кулинарного мероприятия в образовательном учреждении.

Ключевые слова: *гастрономическое мероприятие, профориентационная работа, потребители, школьники, мастер-класс, кулинария.*