

ВВГУ

ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет»

XXVI

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

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ВУЗОВ –

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

10–12 апреля
2024 г.
В четырех томах
Том 1

ISBN 978-5-9736-0731-9 (Т. 1)



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 XXVI международной научно-практической
конференции студентов, аспирантов и молодых ученых
10–12 апреля 2024 г.

Том 1

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

Электронное научное издание

Владивосток
Издательство ВВГУ
2024

УДК 378.4
ББК 74.584(255)я431
И73

**Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие Дальне-
И73 восточного региона России и стран АТР : материалы
XXVI международной науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых
ученых (г. Владивосток, 10–12 апреля 2024 г.) : в 4 т. Т. 1 / под общ. ред. д-ра
экон. наук Т.В. Терентьевой ; Владивостокский государственный университет ;
Электрон. текст. дан. (1 файл: 11,4 МБ). – Владивосток: Изд-во ВВГУ, 2024. –
1 электрон., опт. диск (CD-ROM). – Систем. требования: Intel Pentium (или ана-
логичный процессор других производителей), 500 МГц; 512 Мб оперативной
памяти; видеокарта SVGA, 1280×1024 High Color (32 bit); 5 Мб свободного дис-
кового пространства; операц. система Windows XP и выше; Acrobat Reader, Foxit
Reader либо любой другой их аналог.**

ISBN 978-5-9736-0731-9

Включены материалы XXVI международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие Дальневосточного региона России и стран Азиатско-Тихоокеанского региона», состоявшейся во Владивостокском государственном университете (г. Владивосток, 10–12 апреля 2024 г.).

Том 1 включает в себя следующие секции:

- Актуальные вопросы международных отношений мир и регион в условиях глобальной трансформации.
- Приоритеты развития экономики и общества в условиях новых глобальных вызовов (секция только для аспирантов и соискателей).
- Теоретические и практические аспекты развития сферы туризма и гостеприимства (1-2 курс).
- Инновационные подходы к организации туристской и гостинично-ресторанной деятельности (3–4 курс).
- Медиакоммуникации в цивилизационных системах современного мира.
- Актуальные вопросы общества, экономики и права в современном мире.
- Страны АТР в аспекте языка и культуры.
- Актуальные проблемы науки и практики образования.
- Организация транспортных процессов.
- Индустрия туризма и гостеприимства теория, практика и тенденции развития.

УДК 378.4
ББК 74.584(255)я431

Электронное учебное издание

Минимальные системные требования:

Компьютер: Pentium 3 и выше, 500 МГц; 512 Мб на жестком диске; видеокарта SVGA, 1280×1024 High Color (32 bit); привод CD-ROM. Операционная система: Windows XP/7/8.

Программное обеспечение: Internet Explorer 8 и выше или другой браузер; Acrobat Reader, Foxit Reader либо любой другой их аналог.

ISBN 978-5-9736-0731-9

© ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет», оформление, 2024
Под общей редакцией д-ра экон. наук Т.В. Терентьевой

Компьютерная верстка М.А. Портновой

690014, г. Владивосток, ул. Гоголя, 41

Тел./факс: (423)240-40-54

Подписано к использованию 05.10.2024 г.

Объем 11,4 МБ. Усл.-печ. л. 51,51

Тираж 300 (I–25) экз.

<i>Лаевский П.В., Красова Е.В.</i> Влияние цифровизации на управление в организациях сферы физической культуры и спорта	128
<i>Лысенкова Е.Р., Волыничук А.Б.</i> Перспективы реализации государственной демографической политики в Дальневосточном федеральном округе	132
<i>Тао Лися, Вэйсинь.</i> Сравнительный анализ государственной поддержки развития преференциальных режимов в России и КНР	136
<i>Чжоу Цюань, Сунь Лимэй.</i> Оценка потенциала социально-экономического развития российского Приморья на основе увеличения добавленной стоимости сельскохозяйственного производства.....	140

Секция. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА (1–2 курс)

<i>Ганенко М.К.</i> Перспективы развития туризма Амурской области	145
<i>Мансурова Л.И., Петрова Г.А.</i> Формирование гостиничных услуг в условиях низкой сезонности (на примере отеля Юность г. Южно-Сахалинск)	148
<i>Салева М.В., Морозова Е.К., Шеметова Е.В.</i> Владивостокский гастро-компас: изучение гастрономического многообразия.....	153
<i>Строкова А.В.</i> Иммерсивные экскурсионные программы как индивидуальный подход к разнообразным аудиториям.....	156
<i>Ступина А.А., Кононов А.Ю.</i> Социальные медиа как инструмент продвижения в сфере туризма на примере Приморского края.....	161
<i>Ханская О.А., Шеметова Е.В.</i> Развитие научного туризма в Приморском крае.....	164
<i>Цитцер А.А., Ден В.Г.</i> Молодежный туризм: актуальность развития и сущность понятия	168
<i>Цой Е.А., Ден В.Г.</i> Внедрение цифровых технологий в гастротуризме на примере Приморского края	173
<i>Шинкаренко О.Д., Столярова В.К.</i> Анализ туристско-рекреационной инфраструктуры в национальных парках Приморского края	177

Секция. ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ К ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИСТСКОЙ И ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (3-4 курс)

<i>Бояркина А.С., Петрова Г.А.</i> Исследование удовлетворенности организацией досуга в ресторане «Супра Меоре» (г. Владивосток)	181
<i>Демидова У.А.</i> Автомобильный квест как ключевой стимул развития автомобильного туризма в Приморском крае	185
<i>Долженкова Д.И.</i> Анализ рынка гостиничных услуг г. Владивостока	191
<i>Заикина А.Э.</i> Подход к идентификации объектов гастрономического туризма.....	196
<i>Зотиков Д.А., Ден В.Г.</i> Ресурсы для развития кинотуризма в городе Владивостоке.....	202
<i>Лакиза А.Р.</i> Применение цифровых технологий для организации туристско-рекреационной деятельности в национальных парках России	207
<i>Мальцева К.А.</i> К вопросу об опыте организации деятельности тематических парков России	214
<i>Мединская А.И., Ден В.Г.</i> Использование чат-ботов в гастрономическом туризме (на примере Приморского края)	223
<i>Метелкина Д.А., Ден В.Г.</i> Продвижение турпродукта в социальных сетях.....	227
<i>Нехай А.А.</i> Оценка туристской привлекательности Артемовского городского округа (Приморский край)	232
<i>Никанорова В.В.</i> Организация досуга на предприятиях общественного питания на примере города Владивостока.....	243
<i>Никифорова О.Е.</i> Сравнительный анализ зарубежного и отечественного опыта применения программ адаптации персонала в сфере гостиничного бизнеса	249
<i>Путилина Т.А., Гомилевская Г.А.</i> Инновационные аудиогиды в отечественной экскурсионной практике	257
<i>Пятаков М.С.</i> Совершенствование работы службы приёма и размещения (на примере ЗАО «Бизнес-Центр «Парус»», г. Хабаровск).....	260
<i>Рискина В.А., Шеметова Е.В.</i> Использование средств маркетинга в ресторанном бизнесе на рынке г. Владивостока	264
<i>Русакова К.В., Шеметова Е.В.</i> Меню, как инструмент продвижения дальневосточной кухни.....	268

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СРЕДСТВ МАРКЕТИНГА В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ НА РЫНКЕ г. ВЛАДИВОСТОКА

В.А. Рискина, бакалавр

Е.В. Шеметова, старший преподаватель, кафедра туризма и гостинично-ресторанного бизнеса

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Аннотация. Актуальность исследования заключается в необходимости выявления актуальных средств маркетинга в ресторанном бизнесе г. Владивостока с учетом изменения потребительского поведения и специфики расположения города как туристического центра Дальнего Востока. Определены тенденции в потребительском поведении и предпочтениях. Проведено и выявлены основные конкурентные преимущества ресторанов. Предложены стратегии маркетинга и продвижения для привлечения туристов и местных жителей.

Ключевые слова: ресторанный бизнес, средства маркетинга, позиционирование на рынке, событийные мероприятия.

THE USE OF MARKETING TOOLS IN THE RESTAURANT BUSINESS IN THE VLADIVOSTOK MARKET

Abstract. The relevance of the study lies in the need to identify current marketing means in the restaurant business of Vladivostok, taking into account changes in consumer behavior and the specific location of the city as a tourist center of the Far East.

Keywords: restaurant business, marketing tools, market positioning, events.

Ресторанный бизнес – наиболее гибкий к использованию средств маркетинга для продвижения своих услуг и созданного бренда. На современном этапе развития рынка этому способствует и изменения на рынке потребления, поведение потребителей, изменения каналов поставки сырья, отношения к управлению бизнесом. Маркетинг – это составная часть управления при реализации стратегии развития. Следовательно, применение инструментов маркетинга осуществляется согласно разработанной стратегии развития предприятия в условиях изменчивости внешней среды.

Современным трендом ресторанного бизнеса является устойчивый маркетинг в ведении бизнеса – модель на устойчивое потребление, включая концепцию принципы экологичности, безотходного производства на уровне предприятия, общественности, управления ресурсами [1]. Специалисты утверждают, что данный вид маркетинга не является затратным, напротив, способствует оптимизации использования ресурсов, в то же время формирует положительный имидж.

Цифровизация ресторанного бизнеса, электронные (онлайн) продажи, существенное увеличение доли онлайн-взаимодействия с посетителями ресторанов[2]. Данная тенденция способствует развитию каналов коммуникаций: развитие сайта и диалогового окна, использование мессенджеров и социальных сетей, мобильных приложений, курьерской службы приложений агрегаторов, служб такси и др.

Цель исследования – проанализировать использования средств маркетинга в ресторанном бизнесе на рынке г. Владивостока.

Задачи:

– определить текущие тренды и особенности ресторанного рынка в г.Владивостоке;

– проанализировать используемые средства маркетинга ресторанными заведениями в городе.

Рынок общественного питания г. Владивостока имеет свою специфику: зависимость от сырья, завозимого из других регионов, в т.ч. из КНР, зависимость от туристической активности в регионе, проводимых событийных мероприятий в городе, активности посетителей в социальных сетях, которые рекомендуют или публикуют жалобы на обслуживание в том или ином предприятии.

Так, позиционирование ресторана определяет набор маркетинговых средств, которые приводят к достижению стратегической цели.

В г. Владивостоке можно выделить следующие категории ресторанов:

– находящиеся в группе лидеров ценового предложения, имеющие постоянный целевой сегмент;

– лидеры отрасли, находящиеся в рейтингах «Лучший ресторан г. Владивостока», принимающие участие в федеральных конкурсных проектах (например, гастрономическая премия WHERETO EAT RUSSIA, в которой принимают участия «Супра», «Миллионка», GustoGastrobar, TokyoMore, Grani, «Икра и водки»[3];

– рестораны национальной кухни, стремящиеся к идентичности обслуживания;

– рестораны в торговых, развлекательных и бизнес-центрах, использующие возможности площадей, где они размещены;

– рестораны при гостиницах – особая категория, которая рассчитана на проведение банкетов, бизнес-мероприятий, обслуживании гостей отелей и бизнес-ланчи;

– семейные рестораны;

рестораны, рассчитанные на широкий круг потребителей, туристов.

По данным сервиса 2ГИС, на рынке г. Владивостока работают 173 ресторана. На рисунке 1 представлены услуги, которые предлагают предприятия помимо меню и обслуживания в зале.

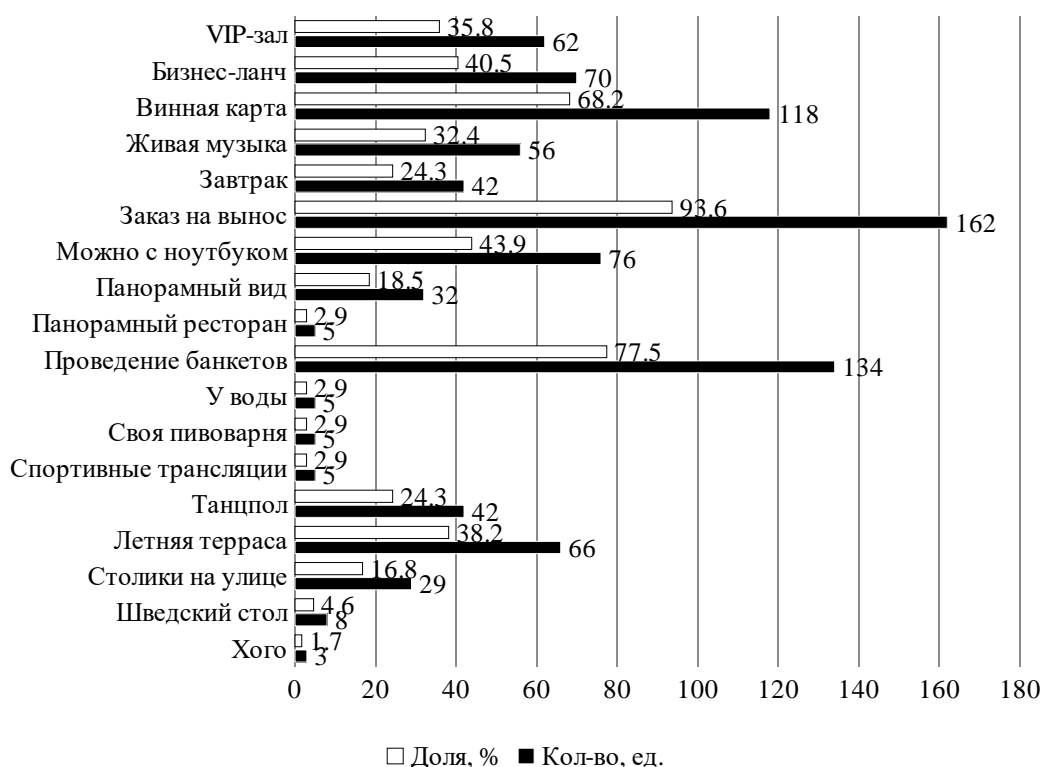


Рис. 1. Дополнительные услуги и формы обслуживания в ресторанах г. Владивостока

Заказ на вынос выполняют 93,6% предприятий питания, 77,5% организуют банкеты. Следовательно, предприятия продвигают данные услуги, формируют систему обслуживания.

На фоне использования возможностей помещений, организации персонала и обслуживания, актуальным трендом является партнерство ресторанов с праздничными организациями, проведение совместных мероприятий:

– гастрономический ужин и встреча с руководителем отдела по развитию винного ассортимента Ladoga («Миллионка»);

– продажа меда, травяных сборов («Новик клуб»);

– проведение мастер-классов с бренд-шефом компании «Эфко» Антоном Прокофьевым «Мясные блюда в ресторане: инновации vs традиции» («Дело в мясе»).

Таким образом, событийность и атмосфера праздника – тренд 2023-2024 гг. на ресторанном рынке г. Владивостока.

Остается популярным формат отдыха семьей с детьми в ресторанах г. Владивостока. На рисунке 2 представлены услуги и условия, которые привлекают отдельные сегменты посетителей: семьи с детьми, с домашними питомцами (собаками).

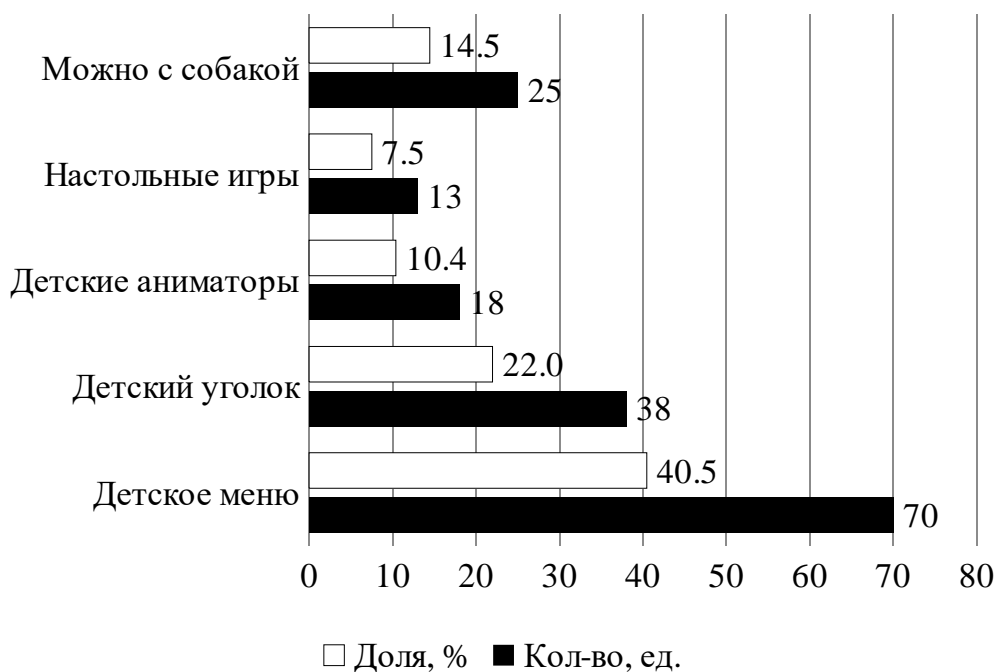


Рис. 2. Услуги и условия для семей с детьми, посетителей с собаками

Таким образом, одним из средств маркетинга является предоставление условий и услуг для целевого сегмента, что в дальнейшем может быть использовано для таргетинга.

В Интернет сети предприятия питания выбирают возможности размещения и позиционирования в агрегаторах и справочниках:

- агрегатор tripadvisor.ru/: Jam, LegendVysota, Argentum, Tbilissimo, Zuma, Ogonek, Tokio, Supra [5];
- рейтинг лучших ресторанов на сервисе ЯндексКарты: Супра, Ogonek, «Миллионка», «Дель-Мар», «Высота», KoreaHouse, «Синдикат», Iz Brasserie, «ДжиммиДжимми», Michelle, «Деловмясе», Gusto, More [6];
- рейтинги справочника vl.ru: лучший ресторан месяца и лучший ресторан года, рейтинг по результатам отзывов [7];
- рейтинги в иных справочниках и поисковых системах.

К иным средствам маркетинга можно отнести:

- открытая кухня, приготовлению блюд при гостях («Дело в мясе»);
- скидки на блюда при самовывозе;
- использование личного бренда шеф-повара («Гастробар»);
- позиционирование экспертности на ресторанном рынке («Токио»);
- позиционирование камерности («Китайские слухи»);
- качество сырья для приготовления (Ogonek);
- собственные мобильные приложения («Токио»);
- акцент на месторасположение (панорамный вид, первый небоскреб города, отель бизнес-класса и др.);
- проведение гастроуживов с приглашением известного шеф-повара (AquaTerra);
- формирование имиджа с помощью активного взаимодействия с гостями после обслуживания – ответы на благодарность или рекламацию.

Таким образом, на первый план при продвижении в сети Интернет выходит SEOи SEM маркетинг, которые позволяют продвигать контент сайтов. Следует актуальные запросы потребителей при поисковой или маркетинговой оптимизации. На рисунке 3 представлен скриншот с поисковой системы Google с подсказками характеристик ресторанов [8].

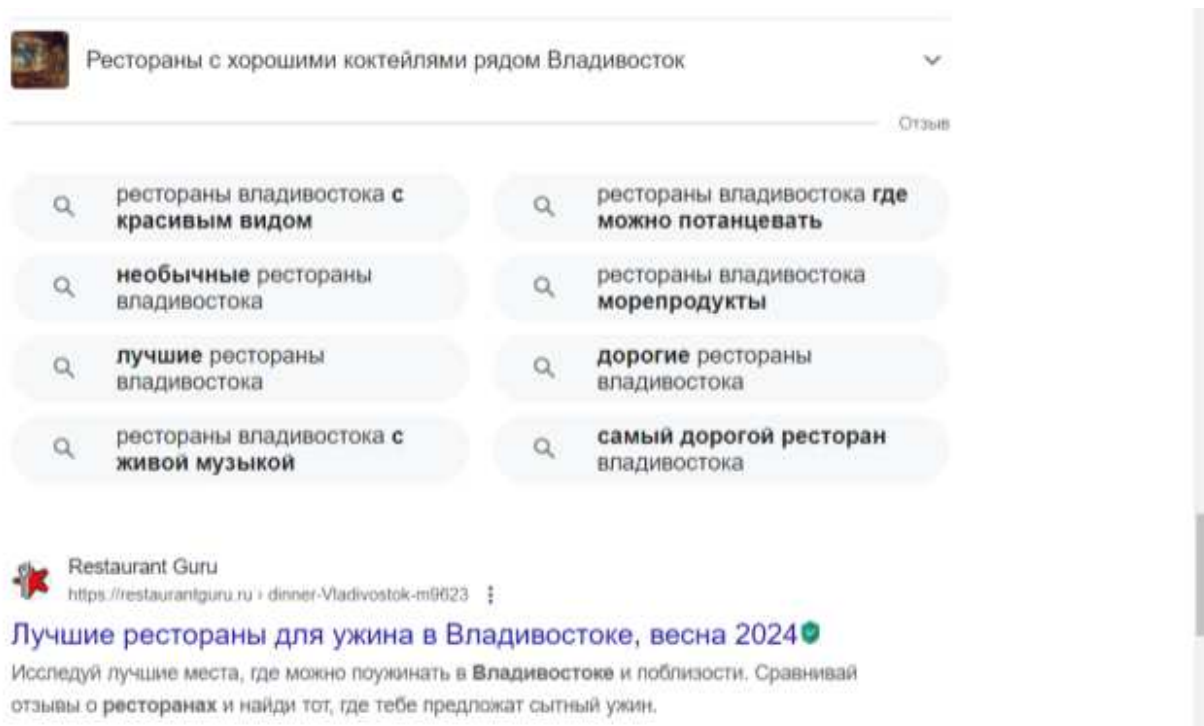


Рис. 3. Оптимизация поискового маркетинга под актуальные запросы «рестораны Владивостока»

Особую привлекательность имеют предприятия питания, которые размещают фотографии блюд, чем привлекают гостей.

Каждый ресторан делает попытки выделить свой образ в инфо-пространстве с помощью индивидуального подхода к сервису, способам приготовления или подачи, что отражается на новостной ленте в социальных сетях.

Таким образом, средства маркетинга, используемые ресторанами г. Владивостока определяются позиционированием на рынке, выбором стратегии, доступности ресурсов.

1. Фокина О.В. Реализация концепции устойчивого маркетинга в ресторанном бизнесе // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра консервативного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. – 2022. – Т.2, №2. – С. 236-247.

2. Изменение поведения потребителей как фактор влияния на развитие ресторанного бизнеса / Е.В. Чернова, В.В. Шабалин, Р.Д. Цай // Общество: политика, экономика, право. – 2022. – №2. – С. 52-67.

3. «Супра» и «Миллионка» вошли в топ-100 лучших ресторанов страны по версии WHERETOEAT. – Текст: электронный [сайт]. – URL: <https://www.news.vl.ru/vlad/2023/04/08/216341/#ixzz8WgUhpCqP> (дата обращения: 07.04.2024).

4. Рестораны г. Владивостока. – Текст: электронный [сайт]. – URL: https://2gis.ru/vladivostok/search/%D1%80%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B0%D0%BD/filters/food_service_infrastructure_vip_hall (дата обращения: 09.04.2024).

5. Рестораны Владивостока. – Текст: электронный [сайт]. – URL: https://www.tripadvisor.ru/Restaurants-g298496-Vladivostok_Primorsky_Krai_Far_Eastern_District.html (дата обращения: 12.04.2024).

6. 14 хороших ресторанов Владивостока. – Текст: электронный [сайт]. – URL: https://yandex.ru/maps/discovery/podborka_restoran_vladivostok-75/.

7. Справочник предприятий общественного питания г. Владивостока. – Текст: электронный [сайт]. – URL: <https://www.vl.ru/vladivostok/cafe/restaurants> (дата обращения: 12.04.2024).

8. Рестораны Владивостока. – Текст: электронный [сайт]. – URL: <https://www.google.com/> (дата обращения: 13.04.2024).