

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

Кафедра сервиса и туризма

Ошарова Екатерина Константиновна

**РАЗРАБОТКА ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРА ДЛЯ ИНОСТРАННЫХ
ТУРИСТОВ**

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

по образовательной программе подготовки

бакалавров

по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм»

«Технология и организация туроператорских и турагентских услуг»

г. Владивосток

2018

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

Кафедра сервиса и туризма

ЗАДАНИЕ
на выпускную квалификационную работу

студенту (ке)

Ошаровой Екатерине Константиновне Б1407
(фамилия, имя, отчество)

на тему:

Разработка гастрономического тура для иностранных туристов

Вопросы, подлежащие разработке (исследованию):

- изучить особенности гастрономического туризма
- исследовать современное состояние гастрономического туризма в мире и России
- определить туристские гастрономические ресурсы Приморского и Хабаровского края
- провести анализ спроса на гастрономический туристский продукт потенциальных туристов
- установить целевую аудиторию тура
- исследовать рынок предложений турфирм туристских дестинаций
- разработать гастрономический туристский продукт

Основные источники информации и прочее, используемые для разработки темы:

Нормативно-правовые источники (Федеральные законы, Постановления Правительства РФ, Федеральная целевая программа, Соглашение между Правительством РФ и Правительством КНР о безвизовых групповых туристических поездках, ГОСТ Р 50681-2010 Туристские услуги. Проектирование туристских услуг. ГОСТ Р 54604-2011 Туристские услуги, экскурсионные услуги. Общие требования.); учебные пособия по технологии создания туристского продукта, по специфике организации гастрономических туров, по маркетингу в туризме, интернет-источники.

Срок представления работы « ____ » _____ 201 г.

Дата выдачи задания « ____ » _____ 201 г.

Руководитель ВКР _____
(должность, уч. звание) (подпись) (И.О. Фамилия)

Задание получил _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

Оглавление

Введение.....	4
1 Теоретические аспекты гастрономического туризма.....	8
1.1 Специфические черты гастрономического туризма.....	8
1.2 Гастрономический туризм как инструмент продвижения туристской дестинации.....	16
1.3 Международный и отечественный опыт развития гастрономического туризма	23
2 Проектирование гастрономического тура «Вкус дальневосточных столиц России»	31
2.1 Развитие гастрономического туризма в Приморском и Хабаровском крае.....	31
2.2 Маркетинговое исследование спроса на гастрономический турпродукт иностранных туристов и предложений турфирм Приморского и Хабаровского края.....	44
2.3 Документационное обеспечение гастрономического тура «Вкус дальневосточных столиц России»	58
Заключение	70
Список использованных источников	73
Приложение А	78
Приложение Б.....	81
Приложение В.....	86
Приложение Г	87
Приложение Д.....	91

Введение

В настоящее время туризм является одной из самых перспективных и быстроразвивающихся отраслей сферы услуг, с конца XX века он стал одной из главных составляющих дохода во многих развитых и развивающихся странах мира. Помимо экономической функции туризм устанавливает связи между разными нациями, воспитывает бережное отношение к окружающей среде и культурному достоянию страны, способствует расширению кругозора человека и восстанавливает его физическое и эмоциональное состояние.

Темпы развития данной отрасли с каждым годом набирают новые обороты: страна предлагает новую туристскую дестинацию, населенный пункт – новый туристский объект, ученые – новые виды туризма, турфирма – новый турпродукт. Эпитеты «модный», «самый популярный» и «эксклюзивный» все чаще и чаще используются турфирмами для привлечения клиентов.

Гастрономический туризм – один из самых «старых» и одновременно «молодых» видов туризма. Он существует на протяжении веков, но признали его как самостоятельный вид и начали изучать лишь в конце прошлого столетия. Вследствие этого на туристском рынке с каждым годом появляются новые формы гастрономических туристских услуг: живые экскурсии, лекции, мастер-классы и т.д. Искушенный турист, «коллекционируя» путешествия, выбирает уникальное предложение, не желая тратить средства на посредственные туры. Гастрономические туры позволяют ему «распробовать» уже знакомое место на вкус, принять участие в фестивале или научиться готовить любимое иностранное блюдо у его создателей. Совмещая приведенные примеры с элементами иных видов туризма можно сформировать богатое разнообразие гастрономических туристских предложений на любой вкус.

Въездной туризм – один из приоритетных видов туризма в нашей стране [1]. С 2010 года наблюдается динамичный рост въездного турпотока в Приморский край. Для поддержания и увеличения туристского интереса иностранных

туристов фирмы края создают конкурентоспособные туры, способные заинтересовать гостей края. Гастрономические туры как нельзя лучше подходят для данной категории туристов не только для знакомства с русской и дальневосточной кухней, но и русскими традициями и культурой. Тем более, согласно исследованиям крупной компании по бронированию отелей Booking.com, г. Владивосток получил титул гастрономической столицы России, обогнав столицы страны.

Огромный потенциал гастрономического туризма и интерес гастрономических туров для иностранных туристов обосновывают актуальность данной работы.

Однако, по оценкам Е.Д. Буценко, В.Э. Гордина, А.А. Линьковой, Н.Е. Нехаевой и Ю.С. Тереховой в нашей стране, а в особенности в регионах, отдаленных от столицы, данный вид туризма только начинает свое развитие. Недооценивание туроператорами Приморского края перспектив разработки разнообразных гастрономических туров для привлечения новых клиентов и развития дестинации замедляет данный процесс. Осознание необходимости создания конкурентоспособного гастрономического турпродукта, отвечающего интересам туриста и пользующегося спросом – необходимое условие для роста популярности гастрономического туризма в регионе и всей стране.

Цель работы – разработать для иностранных туристов гастрономический тур по столицам Приморского и Хабаровского края на основе маркетингового исследования гастрономических предпочтений иностранцев.

Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- изучить особенности гастрономического туризма;
- исследовать современное состояние гастрономического туризма в мире и России;
- определить имеющиеся туристские гастрономические ресурсы Приморского и Хабаровского края;

- провести анализ спроса на гастрономический туристский продукт потенциальных туристов;
- установить целевую аудиторию тура;
- исследовать рынок предложений турфирм Приморского и Хабаровского края.

Объектом исследования является гастрономический туризм.

Предмет исследования – ресурсы гастрономического туризма Приморского и Хабаровского края и разработка гастрономического тура.

Теоретической и методологической основой исследования послужили нормативно-правовые акты, межправительственные соглашения, государственные стандарты, целевые государственные программы, учебные и периодические издания российских и иностранных авторов: Е.Д. Буценко, В.Э. Гордина, Е.Л. Драчевой, А.А. Линьковой, Н.Е. Нехаевой, Ю.С. Тереховой, Дж. Кертиса и I. Namarneh, I. Petrovska, а также данные сети Интернет.

При написании работы использовались такие методы научного исследования как аналитический, статистический, маркетинговый, метод сравнительного анализа и классификации.

Практическая значимость работы заключается в разработке гастрономического тура «Вкус дальневосточных столиц России» для иностранных туристов, который дополнит туристскую продуктовую линейку гастрономических предложений как Приморского, так и Хабаровского края. Продвижение и реализация данного тура поспособствуют увеличению въездного турпотока из КНР в перечисленные регионы, поддержанию дружественных политических взаимоотношений России и Китая и формированию достойного туристского имиджа регионов.

Работа включает в себя введение, два раздела, заключение, список использованных источников, включающий 51 наименование, и приложения. Ее общий объем составляет 91 страница.

В введении обоснована актуальность работы, обозначена проблема, требующая решения, указаны цели и задачи, которые поставил перед собой автор, обозначены применяемые методы исследования.

В первом разделе «Теоретические аспекты гастрономического туризма» определяется понятие гастрономического туризма и его сущность, дается классификация гастрономических туров и описывается опыт зарубежных и отечественных предприятий по организации гастрономического турпродукта. А также выделяются гастрономические туристские ресурсы Приморского и Хабаровского края.

Во втором разделе «Проектирование гастрономического тура «Вкус дальневосточных столиц России» обосновывается выбор целевой аудитории тура, проводится анализ спроса на гастрономический туристский продукт среди китайских граждан, исследуется рынок предложений турфирм регионов и составляется программа тура с сопутствующей документацией.

В заключении подведены итоги проведенного исследования.

1 Теоретические аспекты гастрономического туризма

1.1 Специфические черты гастрономического туризма

Выделение гастрономических путешествий в разряд самостоятельного вида туризма произошло сравнительно недавно, около двадцати лет назад. Однако гастрономические туристы существовали еще более пяти веков назад. Первые путешественники, исследователи неизведанных земель, такие как Фернан Магеллан, Христофор Колумб, Марко Поло, проявляли большой интерес к дегустации традиционных блюд жителей незнакомых земель. Торговцы и купцы отправлялись в чужие края, чтобы отыскать, попробовать и привезти на родину диковинные яства: фрукты, крупы, орехи, вина и специи. Рассказы и дневники путешественников – один из первых способов описания традиций, вкусов и рецептов приготовления национальных блюд разных народностей.

Существует несколько определений, относящихся к гастрономическому туризму, например, «culinary tourism»- «кулинарный туризм», «food tourism» - «продовольственный туризм», «enotourism» - «винный туризм». Продовольственный, дегустационный, кулинарный, пищевой, винный, пивной и др. - это все разновидности гастрономического туризма, под которым понимается «поездка для ознакомления с особенностями национальной кухни страны, кулинарными традициями, особенностями производства и приготовления продуктов и блюд, а также обучения и повышения уровня профессиональных знаний» [23]. При этом, стоит заметить, что цель гастрономических туров заключается в возможности узнать уникальную рецептуру приготовления национальных блюд, которая складывалась веками и включает в себе традиции и обычаи местных жителей, а не возможность попробовать необычное блюдо или перепробовать огромное количество блюд и напитков.

Гастрономический туризм начал существовать как самостоятельный вид под именем кулинарного туризма. В 1998 году доцент кафедры народной культуры государственного университета США «Bowling Green State University» Люси Лонг использует дефиницию «кулинарный туризм», доказывая, что туризм

может использоваться для культурного образования через ознакомление туристов с непривычной для них культурой питания жителей определенной дестинации [43].

В течение трех лет учёные разных стран мира изучали кулинарный туризм. Так, в 2001 году была написана первая в мире статья об этом виде туризма. Ее автор - американский экономист Эрик Вольф, который спустя некоторое время посвятил этой теме целую книгу. На этом ученый не остановился и в 2003 году основал Международную ассоциацию кулинарного туризма (The International Culinary Tourism Association), исполнительным директором которой он является и по сей день. Ассоциация произвела ребрендинг в 2012 году и стала называться Всемирной ассоциацией гастрономического туризма (The World Food Travel Association) после исследований, показавших, что англичане неправильно понимают предполагаемый смысл «кулинарного туризма». Ассоциация всегда была на передовой образования, исследований и тенденций в мировой индустрии гастрономии. В течение первых 10 лет она активно проводила международные конференции (2004, 2005, 2010, 2013, 2017 гг.) и региональные семинары и конференции в США (2006, 2007, 2008, 2013, 2014, 2015, 2016 гг.). Ассоциация также провела первое глобальное исследование о путешествиях с гастрономическими целями в 2007 году, которое было обновлено и расширено в 2010, 2013 и 2016 годах. Сегодня в состав ассоциации входит около 50 000 специалистов в 139 странах, которые занимаются четырьмя направлениями деятельности [20]:

- 1) образованием,
- 2) признанием и награждением заведений общественного питания,
- 3) исследованиями и консалтингом,
- 4) публикацией статей.

Активное развитие гастрономического туризма не могло не затронуть деятельность одного из главных игроков туристского бизнеса – туроператоров и турагентов. На сегодняшний день в мире существует немало турфирм, специализирующихся на международном гастрономическом туризме, например,

«Gourmet on Tour» (США), «The International kitchen» (Великобритания), «Gourmet Getaways» (Италия).

Данный вид туризма оказался привлекательным и востребованным и среди туристов. Его популяризации способствовало несколько факторов [30]:

— согласно исследованиям А. Маслоу, потребность в пище является первичной физиологической потребностью человека;

— рост доходов населения и увеличение затрат на питание и отдых;

— питание – основная услуга туристской индустрии и индустрии гостеприимства;

— популярность правильного питания и экологически чистых продуктов;

— популярность обзоров ресторанов и составление рейтингов;

— известность шеф-поваров ресторанов мира благодаря моде на ресторанные бренды;

— рост популярности телевизионных кулинарных шоу и программ;

— осознание предприятиями питания и туристскими организациями потенциала и прибыльности гастрономических туров.

Любой из видов туризма имеет свои характерные черты. Гастрономический туризм не исключение. Главная его особенность, а точнее даже преимущество, заключается в том, что абсолютно любая страна имеет условия для развития гастрономического туризма - уникальные традиции приготовления и приема пищи местным населением. Еще одна отличительная черта – неподверженность сезонности, что является главным фактором, замедляющим развитие туристской деятельности. Гастрономический тур можно создать для любого времени года, чему способствуют не только сезонные продукты, но и свойство еды к сохранению (заморозка, заквашивание, сушка, копчение и т.д.). Третья особенность гастрономического туризма – это его участие в любом туре. Так как питание является составной частью турпродукта, во многих негастрономических турах (куль-

турно-познавательный, спортивный, деловой, событийный, агротуризм) знакомство с национальной кухней невольно выступает второстепенной целью путешествия.

Последняя характерная черта рассматриваемого вида туризма позволяет в зависимости от цели путешествия выделить несколько его подвидов (Таблица 1).

Таблица 1 – Виды гастрономических туров

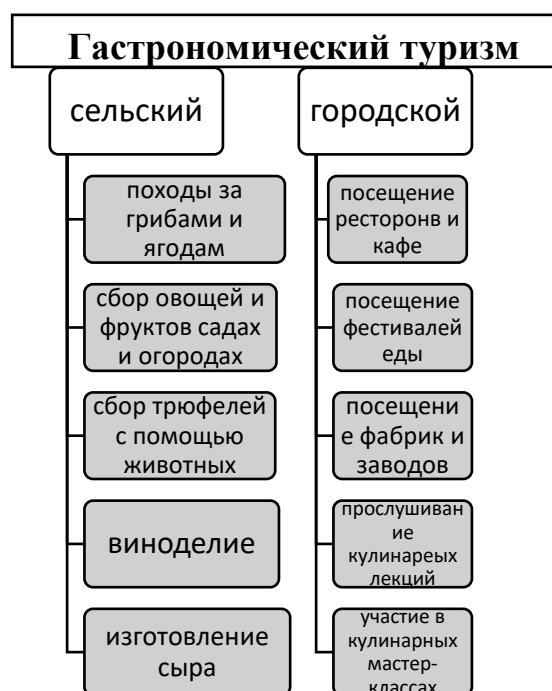
Вид	Описание
1 Сельский гастрономический тур	Сельский гастрономический туризм непосредственно смежен с агротуризмом. Цель подобных туров заключается в проживании вдали от города, рядом с природой, познавая сельскую жизнь. Занятия туристов в таких турах представляют собой обычную жизнь сельчан: постоянный контакт с природой и животными, работа по хозяйству, сбор урожая, приготовление традиционных домашних блюд из самостоятельно выращенных и ценных во всем мире натуральных продуктов.
2 Деловой гастрономический тур	Гастрономический туризм – один из самых популярных видов туризма, которые тесно «вплетаются» в бизнес туры. Во время деловых поездок туристы посещают разнообразные фабрики, цеха на заводы, знаменитые кафе, бары и рестораны, чтобы успеть не только совершить нужную сделку, но и узнать гастрономические традиции нового места.
3 Событийный гастрономический тур	Цель подобных туров – посещение определенного события, связанного с приготовлением или приемом еды, или гастрономического фестиваля на которых знакомство с новыми городами происходит путем погружения в особенности местной кухни. Конференция «Гатсрономика» в испанском городе Сан-Себастьян, рыбный фестиваль в Португалии.
4 Спортивный гастрономический туризм	Разновидность спортивного туризма – охота и рыболовство непосредственно связаны с потреблением уловов и добычи. Отправляясь в подобные туры, турист желает не только получить удовольствие от процесса охоты или рыбалки, но и самостоятельно приготовить добычу грамотно и вкусно.
5 Образовательный гастрономический тур	Данный вид тура является в большей степени профессиональной ориентацией, нежели путешествием, так как его цель – это обучение в кулинарных образовательных учреждениях или прохождение различных кулинарных курсов и мастер-классов для получения соответствующих навыков.

Окончание таблицы 1

Вид	Описание
б Культурно-познавательный гастрономический тур	Суть данного тура достаточно неоднозначна, потому что это скорее комбинированный тур. Его цель расширяется до двух составляющих: знакомство с достопримечательностями страны и ее кухней. При этом не одна из них не отодвигается на задний план по сравнению с другой.

Источник: исследования автора

Если говорить о разновидностях гастрономического туризма в зависимости от места прохождения тура, можно определить два вида: сельский и городской. Турист, желающий попробовать натуральный, экологически чистый продукт, понаблюдать за способом его приготовления и, возможно, поучаствовать в этом процессе, отправится в сельскую местность на фермерские хозяйства. Если же главной целью путешествия является желание попробовать местную кухню и продукцию дестинации или особый деликатес, оригинальный рецепт которого хранится в секрете и воплощается только в местном ресторане, то турист отправляется в соответствующий населённый пункт. При этом программа как сельского, так и городского гастрономических туров может быть одинаково разнообразной (Рисунок 1) [6].



Источник: исследования автора

Рисунок 1 – Виды гастрономического туризма

Тем не менее, как в зависимости от цели путешествия, так и от местности, гастрономический тур может не иметь определенного подвида, а сочетая несколько, быть комбинированным. Комбинированные туры более разнообразны и насыщены информацией и передвижением по стране посещения. Например, тур может быть организован так, что туристы могут провести время в городе, посещая заведения общественного питания и наслаждаясь изысканными деликатесами от шеф-поваров, затем получить навыки приготовления традиционной пищи на кулинарных мастер-классах или же знакомиться с процессом выращивания или производства продуктов питания и напитков на ферме или фабрике. Стоит отметить, что зачастую самые привлекательные туры именно комбинированного типа [10].

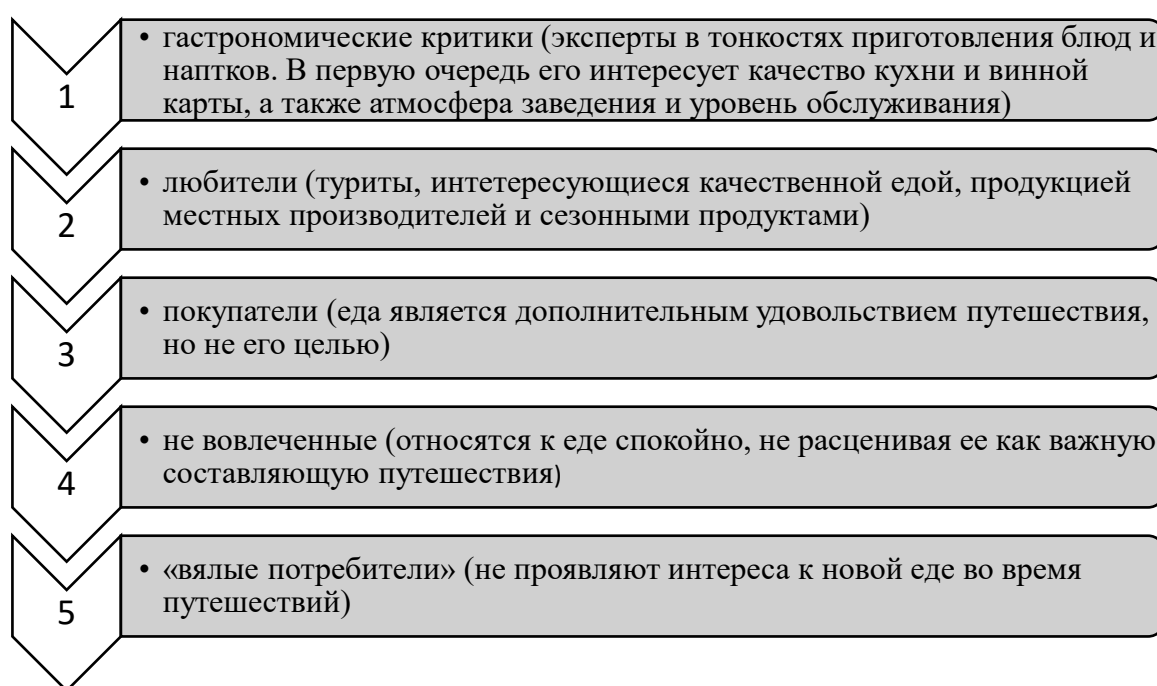
Ввиду достаточно большого количества разновидностей гастрономического туризма Всемирная ассоциация гастрономического туризма (The World Food Travel Association) определила двенадцать направлений деятельности, связанной с ним напрямую или косвенно:

- 1 Кулинарные школы и мастер-классы.
- 2 Кулинарные развлечения.
- 3 Кулинарные направления.
- 4 Кулинарные события.
- 5 Кулинарные медиа.
- 6 Кулинарные заготовки.
- 7 Гастрономические магазины.
- 8 Гастрономические туры от агентств.
- 9 Гастрономические заведения.
- 10 Фермерские рынки.
- 11 Гастрономические клубы.
- 12 Производство пищевых продуктов.

Данный перечень показывает достаточное развитие и перспективы для его роста в сфере гастрономического туризма. Многие из списка встречаются в по-

вседневной жизни и кажутся довольно обыденными, а некоторые позиции являются редкостью. Тем не менее, от осознания важности и привлекательности для туристов не только необычных, но и обыденных гастрономических направлений деятельности, зависит развитие гастрономического туризма в дестинации.

На каждый из вышеупомянутого перечня гастрономических видов деятельности приходится свой «любитель» - гастрономический турист. Всего можно выделить пять видов таких туристов, отличающихся степенью заинтересованности в еде как цели путешествия (Рисунок 2) [8].



Источник: исследования автора

Рисунок 2 – Виды гастрономических туристов

Согласно исследованиям Всемирной ассоциации гастрономического туризма за 2016 год, 93% всех туристов могут считаться гастрономическими туристами, так как они в той или иной степени интересовались рецептами приготовления национальных блюд и традициями и обычаями местных жителей дестинации. Из них 18% туристов являлись гурманами (ценителями изысканных блюд), в то время как в 2010 году насчитывалось только 8,1% гурманов среди гастроу-

ристов. Сама организация объясняет данные изменения увеличением популярности телевизионных программ о приготовлении пищи и соревнованиях поваров [20].

Также исследования организации доказывают, что гастрономические туристы ожидают от путешествия не только удовлетворения вкусовых потребностей, но и определенной характеристики продуктов (способов производства, состава), особых эмоций и ощущений (Рисунок 3).



Источник: [20]

Рисунок 3 – Ожидания гостротуристов

(adventure – приключение; social – общение; novice – новые вкусы; organic – натуральные продукты; ambiance – особая атмосфера; authentic – аутентичность; innovative – новаторство; localist – местное производство; trendy – мода; budget – приемлемая стоимость; eclectic – лучшие предложения; gourmet – гастрономия; vegetarian – вегетарианская пища)

Таким образом, пропаганда здорового образа жизни и правильного питания, развитие ресторанного бизнеса и систем классификации ресторанов, популярность кулинарных шоу способствовали стремительному развитию гастрономического туризма. Тем не менее, являясь одним из самых молодых видов туризма, его цель зачастую недостаточно точно понимают и отчасти недооценивают, ведь

она заключается не только в желании попробовать диковинное блюдо и напиток, а в стремлении узнать подробности их приготовления и особые способы потребления. Различные виды гастротуризма позволяют создавать комбинированные туры, позволяющие коснуться не только гастрономических особенностей дестинации, но и других ее туристских богатств. Выходит, что практически любого туриста можно назвать гастрономическим искателем, в зависимости от степени его заинтересованности. Для удовлетворения потребностей гастротуристов существуют различные услуги и развлечения начиная от магазинов и заведений общественного питания и заканчивая масштабными фестивалями и необычными мастер-классами. Каждая страна имеет гастрономические аттракции ввиду своей уникальности, однако не все туроператоры, местные власти и жители пользуются возможностями для развития этого относительно нового вида туризма.

1.2 Гастрономический туризм как инструмент продвижения туристской дестинации

Гастрономический туризм является локальным явлением, которое явно оказывает положительное влияние на экономику дестинации, занятость и местного населения. Гастрономический туризм можно по праву признать средством регионального роста. Развитие этого вида туризма также способствует улучшению общего восприятия дестинации среди туристов. Для этих целей можно использовать брендинг территорий. Данная концепция представляет собой усиление конкурентоспособности определенной территории (города, области, региона, государства) для привлечения инвесторов, туристов, новых жителей и квалифицированных мигрантов [27]. Так, гастрономический бренд помогает дестинации заявлять о себе как об экспортере уникальной высококачественной продукции. Однако, чтобы иметь широко узнаваемый брендовый гастрономический продукт, территория должна обладать следующими характеристиками [30]:

- 1) развитая сфера гастрономии,
- 2) заведения общественного питания традиционной кухни,

- 3) местные ингредиенты, используемые в традиционной кухне,
- 4) традиционные продовольственные рынки и пищевая промышленность,
- 5) гастрономические фестивали, соревнования и конкурсы,
- 6) бережное отношение к окружающей среде,
- 7) подготовка высококвалифицированных специалистов сферы общественного питания и продовольствия в местных образовательных учреждениях.

В зависимости от количества имеющихся гастрономических компонентов зависит успешность стратегии брендинга территории. На сегодняшний день имеется большое количество примеров стран, городов и деревень, преуспевающих в развитии гастротуризма благодаря брендовому продукту. При чем ни один туристский регион не обделен такими примерами. Так, такие продукты как багеты, круассаны, улитки и шампанское невольно ассоциируются с Францией. А маленькая французская деревушка Шардоне славится своим одноименным сортом винограда и одним из лучших в мире сортом вина. Спагетти, каннеллони, и прочие разнообразные макаронные изделия, равиоли, багет и тирамису манят нескончаемые потоки туристов в Италию. А пицца по-неаполитански неизменный атрибут итальянского города. Германия как родина пива и сосисок притягивает всех любителей подобных блюд. Вольное государство и земля на юге страны Бавария ассоциируется с вкуснейшими колбасками из качественного мяса.

Тортильи (кукурузный лаваш), перец чили, буррито (мясной пирог) и соус и сальса – «визитная карточка» страны уже Американского туристского региона Мексики. Вторая в мире по площади страна, Канада, может похвастаться фирменным кленовым сиропом, а жители соседнего государства США знают толк в «быстрой еде» (сэндвич, бургер, картофель фри, бейгл). Такие сладости как брауни (шоколадное пирожное), банановый хлеб, пончики и маффины также зародились в этой стране.

В Азиатско-Тихоокеанском макрорегионе страны славятся своей необычной для европейцев едой. Япония наряду с высокоразвитой державой и деловым

центром является родиной популярного во всем мире блюда суши, но только в Японии его готовят по традиционному рецепту из свежайших морепродуктов и едят руками, так как удобно и, что самое важное, соответствует традиции. Еще одна «визитная карточка» страны восходящего солнца, используемая во всем мире, - приправа васаби. Любители острых блюд непременно стремятся побывать в Республике Корея, чтобы отведать традиционный кемчхи (остро приправленная квашенная пекинская капуста). А одно из самых популярных сытных блюд корейцев, дублируемых в ресторанах корейской кухни по всему миру – пибимпаб (отваренный белый рис, покрытый овощным салатом «намуль» - бланшированные, маринованные или слегка обжаренные овощи, заправленные кунжутным маслом, уксусом и мелко порубленным чесноком, пасты из острого перца, сырого яйца или яичницы и тонко нарезанных кусочков мяса говядины) (Рисунок 4).



Источник: [39]

Рисунок 4 – Традиционное корейское блюдо пибимпаб

Китайские рестораны самые популярные по всему миру, практически в любой европейской или американской стране можно найти подобное заведение. В тройку самых любимых блюд иностранцев входят китайские утка по-пекински,

свинина в кисло-сладком соусе и курица гунбао (нарезанное кубиками мясо курицы, сушеный острый красный перец и жареные орехи арахиса). Родину лапши зачастую путают с Италией, однако она появилась именно в Поднебесной. Китайцы действительно знают в ней толк, так существует множество ее видов: рисовая, яичная, гречневая и т.д. А приготовленная на китайской сковороде вок (круглая глубокая сковорода с выпуклым дном маленького диаметра) – популярное во всем мире блюда, которое как подают в ресторанах, так и готовят навынос. Помимо еды символом китайской кухни стали картонные коробочки, предназначенные как раз для еды навынос. Подобная упаковка китайской еды широко используется по всему миру, а для более полного соответствия культуре употребления прилагаются палочки для еды (Рисунок 5).



Источник: [39]

Рисунок 5 – Китайская традиционная картонная коробочка для еды на вынос

Сегодня, азиатская еда в любой стране мира не является экзотикой для ее народа, но в большинстве случаев блюда адаптированы под вкусы местного населения, а множество традиционных ингредиентов и специй либо невозможно

добыть, либо убраны из рецептуры ввиду резких вкусовых качеств. Самый верный способ попробовать настоящий вариант блюда – посетить его родину.

В африканском туристском макрорегионе брендовые продукты питания можно встретить только в более развитых в плане туризма северных странах. Так, лидерами по экономическому и туристскому развитию в данном макрорегионе являются Марокко и Тунис. Марокко известен всему миру благодаря таким блюдам, как таджин и кускус. Первое представляет собой блюдо из мяса и овощей с большим количеством разнообразной приправы, несколько часов протушенные в одноименной посуде (массивный керамический горшок, плотно закрытый высокой конической крышкой). Второе блюдо пытаются повторить многие иностранные шеф-повара. Изначально кускус – это крупа, произведенная из манной крупы, которая готовится на пару и подаётся вместе с тушёным мясом и тушёными овощами, а сверху приправляется соком лимона и украшается листьями свежей мяты. В Тунисе также кускус широко популярен, но рецепт немного изменен. Кроме этого блюда все туристы едут за многообразием местных приправ (зира, тмин, шафран, горчица, кайенский перец, имбирь, корица, плоды шиповника, чёрный перец и сахар) и популярным мясным блюдом – острой сосиской мергез.

Национальная кухня самой популярной среди туристов страны Ближнего Востока, Египта, колоритна и полная ярких вкусов специй. Необычное блюдо под названием кушари, придуманное британскими солдатами в XIX веке сегодня считается египетским национальным блюдом. Оно состоит из пасты, томатного соуса, риса, чечевицы, карамельного лука, чеснока и нута. Благодаря сочетанию четырех источников углеводов это блюдо является самым популярным пунктом в меню египетских ресторанов уже на протяжении более 100 лет (Рисунок 6) [24]. Баранина – самый распространенный вид мяса в арабской кухне, а любимое разными народами мира арабское блюдо из баранины - люля-кебаб (мясной фарш из рубленой баранины, нанизанный на шампур и зажаренный на мангале, с добавлением лука и без использования хлеба и яиц). В стране фараонов имеет свое особое название - Кофта Машуйя. Ну и конечно же, любой турист, посетивший

Египет не удержится от знаменитой арабской сладости из сахара и орехов или семян – халвы.



Источник: [24]

Рисунок 6 – Египетское национальное блюдо кушари

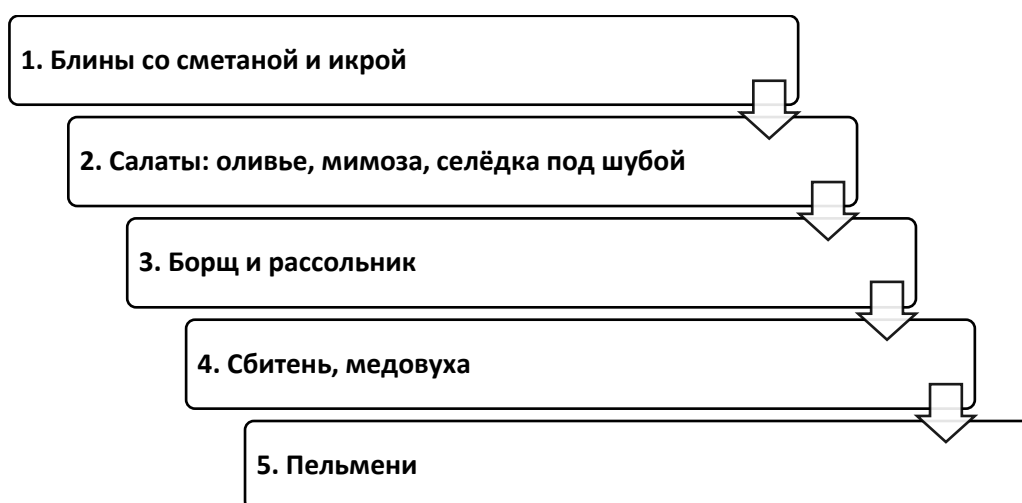
Самый большой по пространственному охвату макрорегион мира Юго-Восточная Азия и Океания богат на привлекательные туристские дестинации - Индия, Непал, Бангладеш, Мальдивы. Огромное количество туристов отправляются в Индию попробовать национальное блюдо и купить всем известную одноименную приправу – карри (как такового точного блюда не существует, под «карри» понимается всевозможные индийские пряные жидкой, но достаточно густой консистенции блюда из тушёных овощей, бобовых, мяса. Его, как правило, подают с рисом) [9]. Непальские момо (аналог русских пельменей, только в качестве начинки кроме мяса используется также зелень и сыр, подается с острым соусом), наан (лепёшка из пшеничного теста) и масала-чай (чай с молоком и специями) считаются брендами страны, которые пытаются повторить за ее пределами. Такие названия как лучи, порота, наан, роти – традиционный блюда, состоящие из риса и лепешки – визитная карточка Бангладеша, а кокосовое молоко, рикаакуру (паста из тунца высокой концентрации) и десерт бонди (белые кокосовые палочки) – Мальдивских островов (Рисунок 7).



Источник: [39]

Рисунок 7 – Национальное блюдо Мальдивских островов рикаакуру

Русская кухня не отстает от по популярности от всех выше упомянутых. В нашей стране, однако существуют брендовые продукты питания, вызывающие четкую ассоциацию с Россией, но не желание попробовать их, например, холодец, кисель, квашенная капуста и окрошка – необычные и одновременно привлекающие внимание иностранцев русские национальные блюда. Но согласно опросу, рейтинг самых вкусных блюд из русской кухни, которые стоит попробовать выглядит следующим образом (Рисунок 8)



Источник: исследования автора

Рисунок 8 – Рейтинг популярных русских блюд

Перечень блюд-символов России не узок, что говорит о заинтересованности иностранцев в традиционной русской кухне и потенциале страны к развитию гастротуризма.

Так, гастрономические бренды можно найти по всему миру, они уникальны, многие неповторимы в приготовлении вне родины, за ними следуют не вовлеченные гастротуристы и охотятся любители и критики. Тем не менее, иметь брендовое блюдо, продукт или напиток – это только начало пути к успеху. Развитию гастротуризма в туристской дестинации способствуют другие уже выше упомянутые характеристики. Одна из них – это такие события, как фестивали, соревнования и конкурсы.

1.3 Международный и отечественный опыт развития гастрономического туризма

Ежегодно по всему миру проводится сотни фестивалей еды и напитков. Такие мероприятия являются смыслом посещения дестинации для туристов, а для туроператоров и турагентов – поводом создать нужный потребителю тур. Лидером среди стран Европы по проведению гастрономических фестивалей является Франция, что неудивительно ввиду значимости сферы гастрономии в экономике страны. Второе место занимает еще одна популярная гастрономическая страна – Италия, третье – Испания [23].

Множество фестивалей организуются в разных городах в честь одного и того же продукта или напитка. Можно определить самые популярные продукты питания и напитки в индустрии гастротуризма (Таблица 2).

Таблица 2 – Гастрономические фестивали мира

Продукт / напиток	Мероприятия	Страна и населенный пункт
лук	луковый рынок	Швейцария, г. Берн
	фестиваль	Португалия, о. Мадейра, г. Санта-Круш
	фестиваль	Россия, Ивановская обл., пос. Лух
	ярмарка	Германия, г. Веймар

Окончание таблицы 2

Продукт / напиток	Мероприятия	Страна и населенный пункт
чеснок	фестиваль	США, г. Гилрой
	ярмарка	Франция, г. Тур
	фестиваль	Великобритания, о. Уайт
мед	ярмарка	Россия, г. Москва
	ярмарка	Азербайджан, г. Баку
	фестиваль	Россия, Приморский край, с. Анучино
	фестиваль	Россия, Башкортостан
пиво	фестиваль	Германия, г. Мюнхен
	фестиваль	Чехия, г. Прага
	фестиваль	Испания, г. Барселона
	конкурс-дегустация	Россия, г. Москва, г. Санкт-Петербург
	форум	Россия, г. Санкт-Петербург
	фестиваль	Великобритания, г. Лондон
	фестиваль	Словения, г. Лашко
вино	выставка	Германия, г. Дюссельдорф
	фестиваль	Грузия, г. Тбилиси
	фестиваль	Россия, г. Москва
	фестиваль	Греция, о. Кипр
	выставка	Италия, г. Верона
	выставка	Молдова, г. Кишинев
шоколад	Фестиваль	Италия, г. Турин
	фестиваль	Белоруссия, г. Минск
	выставка	Франция, г. Париж
	фестиваль	Италия, г. Перудж
	фестиваль	Украина, г. Львов
сыр	фестиваль	Грузия, г. Тбилиси
	фестиваль	Россия, г. Москва
	фестиваль	Россия, г. Калуга
	фестиваль-ярмарка	Россия, г. Санкт-Петербург
	фестиваль	Украина, г. Киев
	ярмарка	Голландия, г. Эдам
рыба	фестиваль	Россия, г. Москва
	фестиваль	Россия, г. Ханты-Мансийск
	фестиваль	Россия, г. Владивосток
мясо	Фестиваль	Украина, г. Одесса
	конкурс	Украина, с. Геча
	фестиваль	Китай, г. Юйлян

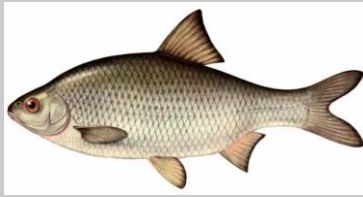
Источник: исследования автора

Исходя из информации таблицы, можно сделать вывод, что Россия не отстаёт от европейских стран и активно участвует в организации гастрономических событий. В стране на 2018 год ожидается порядка 107 гастрономических мероприятий в разных ее регионах [28]. Самыми популярными продуктами, которым посвящаются мероприятия, являются рыба, варенье и разнообразные овощи (Рисунок 9). Лидерами по проведению гастрономических мероприятий за 2018 год можно назвать Саратовскую область (семь мероприятий) и Калининградскую, Воронежскую и Пензенскую области (по шесть мероприятий).

Помимо развитой местной кухни, гастрономического бренда и мероприятий большую роль в успешном развитии гастротуризма дестинации играют государственные или общественные организации данной области.

Несмотря на то, что во многих странах туризм играет большую роль в экономике страны и для его развития отводятся достаточные средства, а брендовые продукты питания и напитки притягивают туристов, проводятся гастрономические ярмарки и фестивали, национальных ассоциаций гастрономического туризма крайне мало.

Однако во многих странах, штатах или городах государственные органы исполнительной власти осознают эффективность гастрономического туризма для развития экономики и промышленности страны и создают программы по его развитию. Например, правительство штата Западная Австралия разработала пятилетнюю программу «Taste-2020», нацеленную на создание имиджа штата как одного из лучших в мире кулинарных туристских направлений [17]. Правительство Уэльса также разработало пятилетний план действий по развитию инфраструктуры гастрономического туризма [33].



Гастрономический праздник
«Енисейская уха»
(Красноярский край)

Фестиваль "Держи краба"
(Приморский край)

Четвертый международный
гастрономический фестиваль Fish
Food Festival 2018
(Калининградская обл.)

Гастрономический фестиваль
«Рыба моя» (Самарская обл.)

Праздник «День селёдки»
(Калининградская обл.)

Fish Food Festival
(Калининградская обл.)

Праздник корюшки
(Калининградская обл.)

Рыболовно-гастрономического
фестиваль "Эртильская уха"
(Воронежская обл.)

Ежегодный гастрономический
фестиваль «Свияжская уха»
(Респ. Татарстан)



Открытый летний
фестиваль «ВАР-ВАРЕНЬЕ»
(Московская обл.)

Фестиваль варенья «Цвети,
наш край» (Саратовская
обл.)

V Балаковский фестиваль
клубники (Саратовская
обл.)

Клубничный фестиваль
Виктория (Иркутская обл.)

Межрайонный гастрономический
фестиваль «Клубничная страна»
(Белгородская обл.)

Фестиваль "Клубничная
поляна" (Воронежская обл.)

Ежегодный фестиваль клубники
«Клубничная столица Приморья»
(Приморский край)



Праздник урожая «День лука
в Луке» (Ивановская обл.)

Гастрономическая ярмарка
«Хреновый фестиваль
России» (Ярославская обл.)

День адыгейской тыквы (Респ.
Адыгея)

Камышинский Арбузный
фестиваль (Волгоградская
обл.)

VIII Арбузный парад – карнавал
«Арбузная феерия» (Саратовская
обл.)

Открытый фестиваль «Ивановский
капустник» (Ивановская обл.)

Фестиваль Мичуринского яблока
(Тамбовская обл.)

Фестиваль "Багаевские яблочки"
(Саратовская обл.)

Праздник Волосовского
картофеля «Виват картошка»
(Липецкая обл.)

Гастрономический фестиваль
«Черкасский огурец»
(Липецкая обл.)

Источник: исследования автора

Рисунок 9 – Популярные продукты и гастрономические мероприятия России на 2018 год

Меры предпринимают также негосударственные независимые объединения, например, альянс независимых специалистов гастрономического туризма Онтарио также разработал стратегию развития гастротуризма на 2011-2015 гг.

(«Ontario's Four-Year Culinary Tourism Strategy and Action Plan 2011-2015»), которая продлевается и по сей день (Таблица 3) [19].

Таблица 3 – Зарубежные программы по развитию гастрономического туризма

«Taste-2020», штат Западная Австралия, Австралия	Стратегия развития гастрономического туризма в Онтарио, Канада	План развития гастрономического туризма в Уэльсе, Соединённое Королевство Великобритании и Северной Ирландии
1 Создание нормативную базу, регулирующую индустрии питания и винного туризма;	1 Повышение информированности потребителей с помощью рекламы;	1 Предоставление поддержки бизнеса и предоставление помощи валлийским компаниям в секторе гастротуризма;
2 Улучшение сервиса сферы туризма с помощью тренингов работников туристской сферы;	2 Обеспечение достаточного запаса продуктов питания для поддержания туристского спроса;	2 Улучшение цепей поставок в секторе валлийского производства;
3 Разработка программ обучения туризму для фермеров, заинтересованных в диверсификации их продукции;	3 Создание специальных мероприятий и рекламных кампаний в социальных сетях;	3 Поощрение закупок государственным сектором валлийских продуктов и напитков;
4 Развитие и продвижение кулинарных маршрутов;	4 Популяризация гастрономических туров с помощью турпакетов «все включено»;	4 Поддержка гастрономических фестивалей;
5 Поддержка и развитие культурного опыта и вовлеченности аборигенов в сферу гастрономии;	5 Взаимодействие с фермерами при создании гастро-туров;	5 Развитие местных брендов продуктов питания и напитков;
6 Продвижение винного фестиваля «Маргарет Ривер Гурман» как одного из ведущих фестивалей продуктов питания и вина;		6 Развитие фермерских рынков.

Окончание таблицы 3

«Taste-2020», штат Западная Австралия, Австралия	Стратегия развития гастрономического туризма в Онтарио, Канада	План развития гастрономического туризма в Уэльсе, Соединённое Королевство Великобритании и Северной Ирландии
7 Развитие других фестивалей пищи и вина и продвижение календарь кулинарных событий.		

Источник: исследования автора

Можно заметить, что рассмотренные страны находятся на разных континентах, в отличающихся друг от друга туристских регионах, но меры по развитию гастрономического туризма схожи. Данный факт говорит о том, что программы развития подобного плана могли бы эффективно использоваться другими дестинациями.

Самая крупная и значимая организация по развитию гастротуризма – неправительственная Международная ассоциация гастрономического туризма (World Food Travel Association), образованная в США. Главная ее миссия – создание экономических возможностей для развития гастрономического туризма по всему миру. К ее деятельности относится как координация развития гастрономического туризма и бизнеса, связанного с ним, так и исследованиям в данной области, обучение специалистов, сертификация, консалтинг, а также крупные научные мероприятия (конференции и семинары).

Международная ассоциация гастрономического туризма подтвердила наивысшую квалификацию Ассоциация гастрономического туризма России (АГТР). Данная неправительственная ассоциация появилась три года назад и на сегодняшний день является единственной в стране организацией по развитию гастротуризма, действующей на некоммерческих условиях. Ее основная цель – позиционирование России миру как богатой культурными, историческими и га-

строномическими традициями державой. В работе ассоциации задействовано порядка 19 секторов для развития малого и среднего бизнеса индустрии туризма и гостеприимства [16].

Основные виды деятельности организации:

- разработка и продвижение гастрономических туров;
- помощь в открытии фермерских кафе, ресторанов и сельских гостевых домов;
- управленческий аудит для кафе и ресторанов;
- управленческий консалтинг для кафе и ресторанов;
- проведение обучающих лекций и семинаров для ресторанного бизнеса и индустрии туризма;
- обучение и подготовка управляющих кадров для кафе, ресторанов и индустрии туризма;
- сертификация ассоциацией гастрономического туризма России.

Организация еще достаточно молода, однако благодаря ее работе гастрономический туризм России может развиваться и модернизироваться стремительными темпами. Ориентация на самую масштабную и успешную ассоциацию способствует верным шагам на пути к успеху в своей деятельности.

Из всего вышеизложенного можно сделать вывод, один из самых молодых видов туризма, гастрономический, существовал еще со времен первых путешественников, но его изучение началось только в конце прошлого века. На сегодняшний день все чаще и чаще знакомство с кухней и традициями дестинации выходит на первое или второе место среди целей путешествия, а гастрономические туры довольно быстрыми темпами вливаются в мировую практику туризма. С пониманием важности поддержания или возрождения национальных кулинарных традиций, осознанием прибыльности гастрономических путешествий для дестинации данный вид туризма был тщательно изучен. Специалисты выделили виды гастротуризма, определили типы гастрономических путешественников, их

интересы и ожидания. В странах мира образовались правительственные и неправительственные организации по развитию гастротуризма в стране, штате, регионе, городе. Уникальные продукты питания и напитки стали использоваться как брендовый туристский продукт, способный удивить вкусовые рецепторы иностранных туристов. А массовые гастрономические праздники – событием, привлекающим толпы туристов в регион. Практически любая страна способна стать привлекательной гастрономической туристской дестинацией. Особые традиционные продукты питания, напитки и рецепты – ресурс для развития территории в данном направлении. Организации, занимающиеся продвижением и рекламой гастротуризма, квалифицированные специалисты, заведения общественного питания, способные интересно подать традиционное блюдо или напиток, не забывая при этом про достойный сервис, аутентичные рынки и ярмарки, красочные и тщательно организованные гастрономические мероприятия представляют собой элементы, необходимые для популярности дестинации на мировой арене как места-магнита гастротуристов. В каждом туристском регионе есть страна, которая является таким магнитом. Мексика, Франция, Китай, Индия, Марокко и Египет – яркие примеры привлекательных гастрономически стран. Россия в свою очередь не отстаёт от конкурентов: богатая культура и традиции кулинарии, брендовые блюда и напитки, достаточно большое количество фестивалей, ярмарок и мастер-классов по всей стране и ассоциация, контролирующая деятельность в данной сфере открывают возможности для роста и усиления конкурентоспособности.

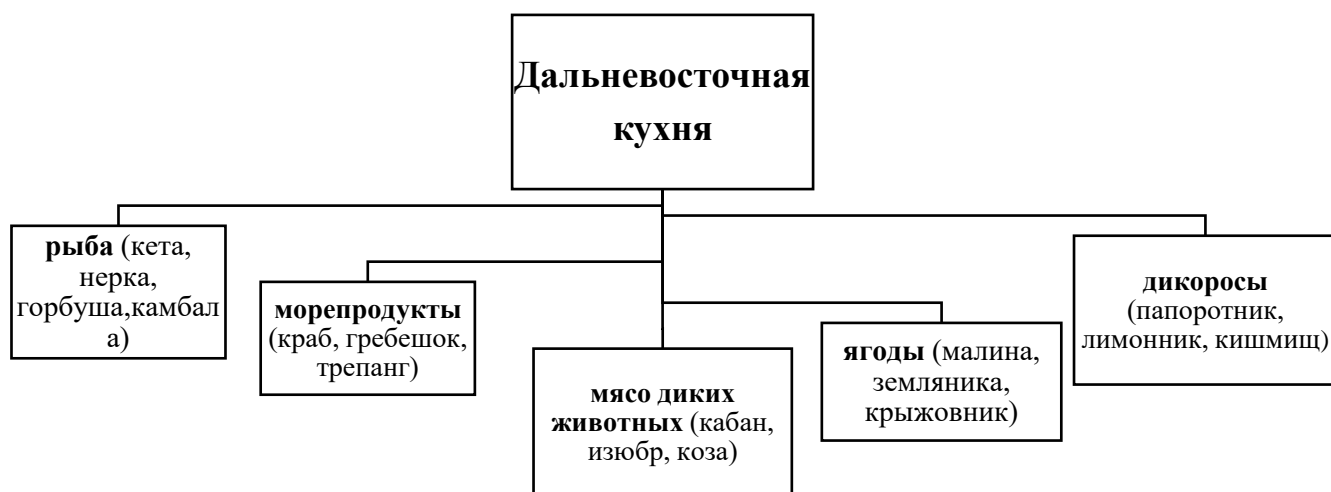
2 Проектирование гастрономического тура «Вкус дальневосточных столиц России»

2.1 Развитие гастрономического туризма в Приморском и Хабаровском крае

Наша страна богата уникальной русской кухней, которая привлекает туристов необычными рецептами и ингредиентами. Весь мир знает такие традиционные русские блюда и напитки как борщ, блины и квас и стремится их попробовать. Но отправляясь в конкретный регион страны, можно получить возможность познакомиться не только с перечисленными вариантами, но и с региональными уникальными продуктами питания. Географическое положение региона, климат и гастрономические традиции местного населения обусловили появление продуктовых «визитных карточек» разных субъектов России, а конкуренция среди туристских дестинаций способствовала их продвижению как брендового гастрономического туристского продукта.

Тульская область известна благодаря своим пряникам, Республика Адыгея – особому виду сыра, Краснодарский край – вину «Абрау Дюрсо», Алтайский край – меду, Камчатский край – крабу. Приморский край и Хабаровский край отстают от преуспевающих в гастрономическом туризме регионов. Некоммерческая туристская организация Приморского края, «Тихоокеанский туристический союз», созданная в прошлом году инициативными участниками туристской индустрии и профессионалами коммуникационного бизнеса, стремится к развитию туризма в Приморье и тихоокеанских регионах Дальнего Востока России и созданию бренда Тихоокеанской России, узнаваемых, понятных и привлекательных турпродуктов [42]. В 2017 году организация разработала двухлетнюю программу развития региональной кухни тихоокеанских регионов российского Дальнего Востока «Pacific Russia Food». Ее миссия заключается в формировании дальневосточной региональной кухни как инструмента устойчивого развития тихоокеанских регионов Дальнего Востока через формирование и продвижение гастрономического туризма.

Концепция программы «Pacific Russia Food» состоит в продвижении гастрономического феномена «Дальневосточная кухня», который состоит из нескольких компонентов (Рисунок 10). Ключевым замыслом концепции является естественная среда обитания продуктов питания и способы приготовления, позволяющие максимально сохранить полезные свойства продуктов.



Источник: исследования автора

Рисунок 10 – Компоненты гастрономического бренда Дальневосточная кухня

Кроме этого, Тихоокеанский туристический союз отмечает, что универсального термина дальневосточной кухни не существует. Она многообразна и многослойна ввиду влияния различных культур (Рисунок 11).

<p>Кулинарные традиции коренных народов Дальнего Востока</p>	<ul style="list-style-type: none"> • строганина из замороженной рыбы • тала
<p>Русские и украинские блюда, адаптированные переселенцами под местные традиции</p>	<ul style="list-style-type: none"> • пельмени с красной рыбой • борщ с мормкой капустой
<p>Китайская, корейская и японская кухни</p>	<ul style="list-style-type: none"> • блюда, приготовленные на вок • пянсе и острые закуски • сырые морепродукты и соусы

Источник: исследования автора

Рисунок 11 – Составляющие Дальневосточной кухни

В Хабаровском крае успешно с 2003 года имеется региональное объединение Федерации рестораторов и отельеров - Ассоциация рестораторов Хабаровского края. Ассоциация создана при инициативе ведущих рестораторов и компаний-поставщиков г. Хабаровска с целью развития индустрии гостеприимства и разработки стандартов и правил предпринимательской и профессиональной деятельности [18].

К основным направлениям деятельности организации относятся:

- работа с органами государственной власти и партнерскими неправительственными организациями;
- разработка нормативной документации;
- мероприятия, связанные с продвижением предприятий индустрии питания;
- образовательный блок;
- международное сотрудничество;
- развитие членской базы;
- оказание практической помощи;
- информационно-издательская деятельность.

Ассоциация рестораторов края способствует развитию сферы гастрономии в регионе. Раз в два года проводятся деловые встречи туристских компаний края, работающих на внутреннем и въездном направлении, и членов Ассоциации, на которых обсуждается развитие гастрономического туризма в регионе, ставятся новые цели и задачи.

Перечисленные организации стремятся развивать сферу гастрономии региона, помогая производителям пищевой продукции и услуг в качественном исполнении своей работы и поиске новых решений. На сегодняшний день в Приморском и Хабаровском крае, а конкретно в их столицах г. Владивостоке и г. Хабаровске, можно наблюдать несколько характерных форм организаций общественного питания, которые при своем отличии вместе создают достаточно ко-

лоритный имидж городов (Таблица 4). В общей сложности, в каждом городе действует более тысячи заведений общественного питания разной направленности, что позволяет туристу выбирать интересный для него вариант.

Таблица 4 – Виды организации общественного питания в г. Владивостоке и г. Хабаровске

Форма организации общественного питания	Описание	Примеры предприятий
Рестораны дальневосточной кухни	В подобных заведениях подаются продукты из Тихоокеанских регионов России. В первую очередь рыба и морепродукты: мидии, гребешки, креветки и крабы, салаты из папоротника и фунчозы, скоблянка из трепанга и кукумарии, стейки из оленины и блюда, приготовленные на воке.	Заведения г. Владивостока: — ресторан дальневосточной региональной кухни «Port Cafe»; — фермерский Ресторан "Огонек"; — ресторан паназиатской кухни «Zuma»; — ресторан «Семь Футов»; — ресторан "Novik Country Club". Заведения г. Хабаровска: — бар «Старый бар»; — ресторан «Интурист»; — ресторан «Амур».
Кафе и рестораны китайской кухни	Самые популярные блюда китайской кухни во Владивостоке - свинина в кисло-сладком соусе ГобаДжоу, харбинский салат, рис с овощами, стрелки чеснока со свининой. Существует два вида подобных заведений: рестораны с достойным уровнем сервиса, красивой подачей блюд и средними порциями и кафе, открытые китайскими предпринимателями с низким уровнем сервиса, бюджетными ценами и большими порциями.	Заведения г. Владивостока: — ТЦ «Кристалл» на остановке «Спортивная», где собраны несколько кафе китайской кухни; — ресторан «Китайские истории»; — ресторан «Цап-ля»; — ресторан «Пандасад»; — ресторан «Золотой дракон»; — кафе «Чан-Ли». Заведения г. Хабаровска: — ресторан «Дракон Азии»; — ресторан «Император»; — кафе Древний Китай»; — кафе «Золотые палочки»; — кафе «Жемчужина Востока».

Продолжение таблицы 4

Форма организации общественного питания	Описание	Примеры предприятий
Кафе и рестораны азиатской кухня	Корейская, японская, сингапурская кухни пользуются популярностью у жителей города. Такие блюда как пибимпаб, суши и сашими, мисо-супы, дамплинги с различными начинками, лапша приготовленная на воке пользуются большим спросом как у гостей, так и жителей столицы.	<p>Заведения г. Владивостока:</p> <ul style="list-style-type: none"> — сеть суши-баров «Токуо»; — бар в корейском стиле «Стереотипы»; — кафе сингапурской кухни «Дамплинг Репаблик»; — ресторан современной азиатской кухни «Мацури»; — ресторан корейской кухни «Korean House». <p>Заведения г. Хабаровска:</p> <ul style="list-style-type: none"> — кафе японской кухни «Токуо Street»; — кафе корейской кухни «Маленькая Корея»; — ресторан азиатской кухни «Regent».
Кафе и рестораны грузинской и узбекской кухни	Набравшие популярность в последние годы данные заведения не сдают своих позиций и довольно актуальны и интересны туристам и местным жителям. Плов, лагман, долма, шурпа – самые популярные блюда узбекских ресторанов, Хачапури, хинкали, лобио и чахохбили – грузинских.	<p>Заведения г. Владивостока:</p> <ul style="list-style-type: none"> — ресторан грузинской кухни «Супра»; — чайхона «Хлопок»; — кафе грузинской кухни «Сациви»; — ресторан грузинской кухни «Sorrento». <p>Заведения г. Хабаровска:</p> <ul style="list-style-type: none"> — ресторан грузинской кухни «Сациви»; — кафе грузинской кухни «Тифлис»; — ресторан узбекской кухни «Марракеш»; — чайхона «Шелк».
Кофейни	Мода на подобного рода заведения зародилась несколько лет назад и по сей день не сбавляет темпов. Маленькие и	<p>Заведения г. Владивостока:</p> <ul style="list-style-type: none"> — кофейня «Kafema»; — кофейня «Пена дней»; — английская пекарня «5 o'clock»;

Окончание таблицы 4

Форма организации общественного питания	Описание	Примеры предприятий
Кофейни	уютные или большие и просторные кофейни одинаково пользуются спросом. В них можно насладиться различными видами кофе. В холодное время года выпить чашечку кофе с пирожным или сендвичем, а в жаркое - насладится холодным кофе со льдом или гринти латте (кофейный напиток на основе зеленого чая).	Заведения г. Владивостока: — французская пекарня «Пекарня Мишеля»; — кофейня-эклерная «Вспышка»; — кофейня «Midia Coffee». Заведения г. Хабаровска: — кофейня «Келди»; — кофейня «PlantaciaCoffee»; — кафе-кондитерская «Дюшес»; — кофейня-пекарня «Хлебное место».
Пит-стопы	Представляют собой авто-кафе - небольшого размера ларьки, где можно заказать фаст-фуд не выходя из машины. Обычно стоят вдоль дороги или возле видовых площадок. Вечерами возле них выстраиваются очень большие очереди. Самый популярный заказ в таких небольших магазинчиках - кофе в бумажном стаканчике и завертон/ролл (лаваш с начинкой на выбор).	Заведения г. Владивостока: — «Benzo-кафе»; — «Coffee Machine»; — «Zaza-cafe»; — автокафе «Food King»; — «Bob Marley's Kitchen». Заведения г. Хабаровска: — «Pit Stop»; — «Coffee Machine»; — «Кофемания».
Уличная еда	Широко представлены по всему городу точки по продаже пянсе (национальное корейское блюдо в виде пирожка с капустно-мясной начинкой и специями), шаурмы (приготовленное на гриле мясо, завернутое в лаваш с овощной начинкой и соусом) и различных газированных напитков, кофе и чая.	— киоски; — ларьки; — фуд-корты (Кунгасный парк, Спортивная набережная: пляж «Юбилейный» - г.Владивосток. Подвал кинотеатра «Совкино», ТЦ «Энергоплаза»).

Источник: исследования автора

Значимое место в развитии гастрономического туризма дестинации играют промышленные предприятия, поскольку на экскурсиях наглядно показывается

технологический процесс производства продукта или напитка прежде чем он попадет на прилавки магазинов или кухни заведений общественного питания. В нашей стране ощущается непонимание или игнорирование предпринимателями данной отрасли значимости данного вида деятельности для развития гастротуризма и повышения имиджа предприятия и дестинации в целом. Тем не менее, небольшое количество предприятий субъектов страны все же проводят экскурсии для потребителя по своим цехам.

В Приморском крае проводят экскурсии следующие пищевые промышленные предприятия:

- молокозавод «ГринАгро»;
- ООО «Ратимир»;
- завод «Coca-Cola Hellenic»;
- ООО «Фабрика Мороженого»;
- хлебозавод «Владхлеб»;
- винодельческое хозяйство «Майхинское»;
- молочная ферма в с. Суражевка.

Однако существенным минусом является выборочный сегмент экскурсантов на некоторых предприятиях. например ООО «Фабрика Мороженого», посещение которой было бы весьма интересно для иностранцев, проводит экскурсии только для детей.

В Хабаровском крае к «открытым» производственным предприятиям пищевой промышленности относятся:

- кондитерская фабрика «Хабаровская»;
- пивоварный завод «Балтика-Хабаровск»;
- фабрика мороженого «Зайца»;
- животноводческая ферма «Растим свое»;
- ферма по выращиванию рыб осетровых пород.

Кроме приведенных примеров должное место в сфере гастрономии занимают предприятия по проведению кулинарных курсов и мастер-классов. Многие

заведения городов, кафе и рестораны, подхватили модную тенденцию на вооружения и периодически в основном в выходные дни устраивают мастер-классы по приготовлению напитков и блюд для детей и взрослых. Тем не менее, несколько предприятий в обоих городах специализируются именно по организации подобных мероприятий (Таблица 5).

Таблица 5 – Заведения по проведению кулинарных курсов и мастер-классов г. Владивостока и г. Хабаровска

г. Владивосток	г. Хабаровск
Заведения	
<p>1. Кухня-студия «Квартира 30» Представляет собой место, где можно просто пообедать, заказать организацию банкета или фуршета. отметить детские праздники. Но кроме этого заведение проводит мастер-классы, дегустацию и гастрономические ужины. В городе не пользуется особой популярностью и получает невесторженные отзывы от посетителей и клиентов</p>	<p>1. Кулинарная школа Михаила Набережного Самая крупная кулинарная школа на Дальнем Востоке, в которой предлагается множество программ с разными сроками обучения. Преподают здесь действующие шеф-повара заведений города, которые дают рецепты и подробно рассказывают все, начиная от того, где приобрести редкие ингредиенты для блюда и заканчивая тем, как необычно и оригинально все это подать. Довольно популярна в городе, однако цена за участие самая высокая.</p>
<p>2. Творческая мастерская «Вкус Жизни» Самое известное заведение города, организующее кулинарные мастер-классы для детей и взрослых, а помимо этого и дни рождения, детские праздники, корпоративные мероприятия и праздники. Студия организывает процесс таким образом, чтобы каждый мог участвовать в процессе приготовления блюд вместе с шеф-поваром в непринужденной обстановке, а затем их попробовать. Заведение имеет отличные отзывы на интернет-порталах города.</p>	<p>2. Кулинарный центр Анны Золоторевой Данная кулинарная школа открыта для всех, кто хочет научиться готовить не хуже шеф-повара, для этого здесь разработана специальная учебная программа, которая строится по принципу «сегодня в ресторане, завтра на уроке». В студии представлен богатый выбор курсов. которые делятся на разделы: «кухня» и «блюда». Имеются персональные предложения: «низкокалорийные блюда» и «вегетарианская кухня», которые довольно популярны последние годы и которые довольно найти в подобных заведениях.</p>
<p>3. Школа барменов "BarFriends" Школа организует групповые или индивидуальные занятия по обучению навыкам бармена. В мастер-класс включается дегустация вина.</p>	<p>3. Студия вкусного творчества «Лавка» Одна из самых популярных студий города, где предлагаются кулинарные мастер-классы и курсы для детей и взрослых.</p>

Окончание таблицы 5

г. Владивосток	г. Хабаровск
Заведения	
<p>3. Школа барменов "BarFriends"</p> <p>Заведение дает возможность собрать компанию друзей или коллег за одним баром в формате вечеринки, вместе приготовить напитки, а затем их попробовать. Школа популярна только среди населения взрослого возраста, но не широко известна местному населению.</p>	<p>3. Студия вкусного творчества «Лавка»</p> <p>В студии оборудована кухня на 12 рабочих мест с современной бытовой техникой NEFF, Kitchen Aid. На каждом рабочем месте имеется персональный набор необходимых для мастер-классов принадлежностей (посуда, прихватки, фартук, приборы).</p>
<p>4. Кулинарная школа "Pacific Food"</p> <p>Школа домашнего кулинарного искусства мастерства со специальной оборудованной студией/ Здесь проводятся мастер-классы под руководством шеф-поваров Дальнего Востока, которые прошли стажировку во многих странах. Также работают специалисты с огромным опытом в ресторанном бизнесе. Шеф-повара студии специализируются на японской, итальянской, французской и др. кухнях мира. Школа давно существует на рынке услуг города, в последнее время редко проводит мастер-классы.</p>	

Источник: исследования автора

Гастрономические фестивали и конкурсы – неотъемлемая часть гастрономического туризма. Приморский Туристско-информационный центр совместно с Тихоокеанским туристическим союзом определил линейку уже известных фестивалей дальневосточной кухни, которые пройдут в Приморье в 2018 году. Рестораны и кафе региона предложат жителям и гостям края блюда из морепродуктов, дары уссурийской тайги, а также традиционную кухню народов России и стран ближнего зарубежья. Всего насчитывается 17 мероприятий (Таблица 6).

Таблица 6 – Гастрономические события Приморского края на 2018 г.

Событие	Даты проведения	Место проведения
1 Гастрономический фестиваль «Попробуй Тоттори на вкус»	Февраль	г. Владивосток

Окончание таблицы 6

Событие	Даты проведения	Место проведения
2 Фестиваль зимней рыбы	15 – 25 февраля (навага); 5 – 15 декабря (корюшка)	г. Владивосток
3 Масленичные гуляния	18 февраля	Центральная площадь Владивостока, муниципалитеты края, Арт-парк «Штыковские пруды», русско-исторический парк «Изумрудная долина», музейно-образовательный комплекс «Палеодеревня».
4 Фестиваль мидий	11 – 20 мая	г. Владивосток
5 Открытый городской фестиваль клубники «Клубничная столица Приморья»	23 июня	Спасск-Дальний, городской парк культуры и отдыха имени А. Борисова
6 Фестиваль кофе «КофеВосток»	6-8 июля	г. Владивосток
7 Фестиваль гребешка	Первая половина июля	г. Владивосток
8 Фольклорный праздник «Медовый спас»	14 августа	Кавалеровский краеведческий музей, поселок Кавалерово.
9 «Арбузы против кукурузы» – праздник урожая	18 августа	Шкотовский муниципальный район, поселок Штыково, Арт-парк «Штыковские пруды»
10 Фестиваль уличной еды «Лаваш»	18 августа	г. Владивосток
11 Фестиваль мёда «Золотая пчела Приморья»	Середина августа	Пожарский район, Лучегорск
12 Фестиваль меда «Анучино – медовое раздолье»	Конец августа	Анучинский район, поселок Анучино
13 Фестиваль «Держи краба!»	17 – 27 сентября	г. Владивосток
14 Фестиваль тайги	29 сентября – 14 октября	г. Владивосток
15 Кулинарные изыски на «Улице Дальнего Востока»	11–13 сентября	г. Владивосток, остров Русский
16 Сагди дава. Большая рыба	Сентябрь	г. Владивосток
17 Фестиваль корейской кухни, культуры и туризма	Середина октября	г. Владивосток
18 Дни Удэгейской кухни	Начало ноября	Пожарский район, национальный парк «Бикин»

Источник: исследования автора

Календарь гастрономических событий в Хабаровском крае не уступает событиям Приморья (Таблица 7). Следует отметить, что приморские гастрономические события связаны с морским расположением региона, преобладают праздники рыбы и морепродуктов. В соседнем регионе большое значение предается праздникам малочисленных коренных народностей, такие события проводятся с размахом. Например, согласно исследованиям аналитического агентства «Тур-Стат», тринадцатый международный фестиваль-конкурс подлёдного лова «Серебряная корюшка» в Советской Гавани вошел в рейтинг лучших гастрономических событий России нынешней весны.

Таблица 7 – Гастрономические события Хабаровского края на 2018 г.

Событие	Даты проведения	Место проведения
1 Славянский праздник «Широкая масленица»	17 февраля	Населенные пункты региона
2 XIII международный фестиваль-конкурс подлёдного лова «Серебряная корюшка»	24 марта	г. Советская Гавань
3 Фестиваль корейской кухни, культуры и туризма	12-13 мая	г. Хабаровск
4 Якутский праздник "Ысыах"	июнь	с. Воронежское-1
5 Фестиваль «Битва барбекю»	5 июня	г. Хабаровск
6 Выставка-ярмарка «Наш выбор 27»	10-11 июня	г. Хабаровск
7 Национальный фольклорно-обрядовый праздник «Первой горбуши»	июль	г. Советская Гавань
8 Праздник первой рыбы	8-9 июля	р.п. Охотск
9 День воздушных шаров и мороженого	15 июля	г. Комсомольск-на-Амуре
10 Международный фестиваль мороженого	4-5 августа	г. Хабаровск
11 III районный фестиваль – ярмарка событийного туризма "Три спаса: Медовый, яблочный, ореховый"	25 августа	г. Амурск
12 Фестиваль варенья	26-27 августа	пос. Дормидонтовка
13 Праздник первой рыбы	8 сентября	с. Омми

Окончание таблицы 7

Событие	Даты проведения	Место проведения
14 Выставочный Форум "ЭКСПО ДВ-2018" (XX Межрегиональная Приамурская торгово-промышленная ярмарка)	20 – 23 сентября	г. Хабаровск
15 «Картофельный бум» - районный конкурс	сентябрь	г. Бикин
16 «Кладовая солнца» сельскохозяйственная ярмарка	сентябрь	г. Бикин
17 Городской праздник урожая «Дары осени»	сентябрь	г. Николаевск-на-Амуре
18 Рыбный фестиваль «Fish Amur Fest»	II декада октября	г. Комсомольск-на-Амуре

Источник: исследования автора

Одно из самых масштабных гастрономических событий Хабаровского края – выставка-ярмарка «Наш выбор», приуроченная ко Дню России. В 2018 году прошла вторая выставка-ярмарка (г. Хабаровск, Центральная набережная города). Первая была годом ранее. Событие длилось два дня с 10 по 11 июня. В 2018 году ярмарка получила статус международной диалоговой площадки в области торговли, пищевой и перерабатывающей промышленности. Продукция Хабаровского края пользуется спросом в Китае (экспорт рыбы, меда, дикоросов, мороженого). Демонстрация возможностей хабаровских предпринимателей поможет привлечь новых покупателей, бизнес-партнеров и расширить географию реализации продукции. Поэтому в этом году ярмарка станет деловой площадкой, для чего будет создана отдельная территория для подписания контрактов: между Хабаровским краем и другими регионами, между производителями и торговыми сетями.

Ключевое мероприятие первого дня – угощение «Амурской ухой», приготовленной по рецепту губернатора края. В 2017 году был поставлен мировой рекорд по объемам приготовленного угощения, было роздано 15 000 порций угощения – 3740 литров супа, объемом 250 мл каждая. Представителем Книги рекордов России главе региона была вручена грамота, подтверждающая фиксацию

достижения в категории «самое массовое угощение». Достижение фиксировалось тремя способами: представителями Книги рекордов России, волонтерами и номерными чашками, в которые разливали суп. Планируется ежегодно ставить новый рекорд в данной категории. Помимо этого, в первый день выставки будет задействовано порядка 15 креативных зон, среди которых:

- кинотеатр под открытым небом;
- детская зона;
- зона благотворительности;
- творческий рынок для креативных мастеров и рукодельников;
- ресторанный и гостевой дворики;
- танцевальная площадка;
- зона “Интеллект” для проведения мастер-классов и демонстрации

новых технологий.

Кроме того, будут приглашены популярные в России музыканты, которые дадут концерт на набережной.

Во второй день выставки-ярмарки на набережной пройдет фестиваль «Кухни народов мира». Хабаровский край – многонациональный регион, здесь проживают представители 145 национальностей. На той площадке, где варили уху, во второй день развернется фестиваль «Кухни народов мира». Гости смогут попробовать блюда не менее чем из 15 стран. Здесь будут задействованы ведущие рестораторы края.

Таким образом, гастрономический туризм для Приморского и Хабаровского края – новое явление, которое активно развивается местными туристскими организациями, муниципальными образованиями и активными участниками туристской индустрии. Определенного туристского бренда в сфере гастрономии у регионов нет, однако есть осознание его важности для развития экономики и туризма края, ввиду чего активно развивается общий образ кухни Дальнего Востока России. Богатые природные ресурсы регионов (морская акватория и дикая

тайга), достаточно разнообразная и развивающаяся сфера гастрономии (заведения общественного питания, продовольственные магазины, рынки и ярмарки), масштабные массовые празднества по всей территории краев создают благоприятные условия для развития гастрономического туризма. Тем не менее, хотя, как Хабаровский, так и Приморский край имеют достаточный потенциал для развития гастрономического туризма, в каждом регионе проводится порядка восемнадцати гастрономических мероприятий ежегодно, которые распределены неравномерно в течение года. В январе, апреле и декабре нет гастрономических событий, что можно объяснить неблагоприятными климатическими особенностями данных месяцев. Большинство мероприятий проводится в пиковые сезоны туризма в регионах. Для круглогодичного въездного туристского потока, было бы уместно организовать интересные гастрономические фестивали и ярмарки в несезонное время.

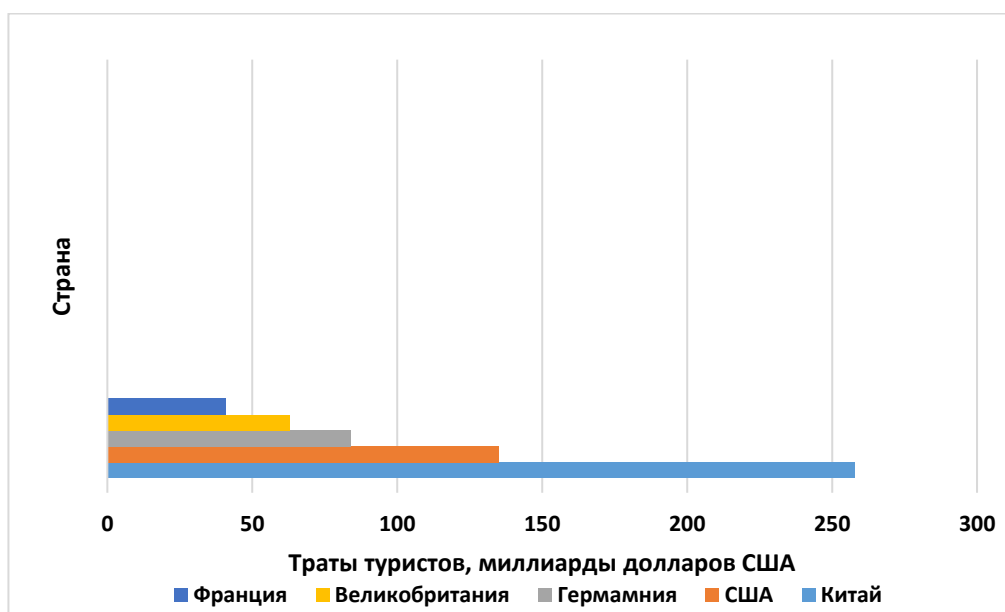
2.2 Маркетинговое исследование спроса на гастрономический турпродукт иностранных туристов и предложений турфирм Приморского и Хабаровского края

В рамках самостоятельного исследования предпочтений потенциальных туристов из зарубежных стран было проведено анкетирование, состоящее из 17 вопросов (Приложение А). Всего в нем приняло участие 116 иностранных граждан из Республики Корея, Китайской Народной Республики и Индии. Ввиду заинтересованности в гастрономическом туре именно китайских респондентов, они являются целевой аудиторией формируемого тура, и их ответы на вопросы рассмотрены более детально. Ответы на вопросы анкетирования корейских и индийских респондентов представлены в приложении Б.

Выбранная целевая аудитория является приоритетной для нашей страны и в частности Приморского края.

Согласно данным ВТО китайские туристы - самая путешествующая нация 2017 года. Туристы с материковой части Китая совершили рекордное число путешествий: в поездки по стране и за границу жители поднебесной отправились

4.53 млрд раз. [25]. По туристским расходам, в соответствии с исследованиями ВТО, Китай также занимает лидирующую позицию (Рисунок 12).



Источник: [21]

Рисунок 12 – Страны – лидеры по расходам туристов

На протяжении нескольких лет Россия входит в первую десятку стран, чаще всего посещаемых гостями из Поднебесной. По данным Ростуризма, чаще всего туристы из Китая в рамках безвизового обмена посещают Москву (343 тысяч визитов, +17% к результатам прошлого года), на втором месте - Приморский край (217 тысячи, +12%).

Согласно сведениям Приморскстата о количестве иностранных граждан и лиц без гражданства, посетивших Приморский край с целью туризма за 2017 год, лидирующие позиции занимают граждане КНР (217 852 чел.) [41]. Между провинцией Хэйлунцзян и Дальним Востоком организовано уже 32 туристических маршрута, а Владивосток занимает второе место среди российских городов по количеству прибывших китайских туристов, уступая лишь столице, чему содействовало установление электронной визы, которая значительно упрощает въезд китайских туристов в Приморский край. [40].

Как показывают исследования аналитического агентства «ТурСтат», Хабаровский край занимает второе место в топе регионов Дальнего востока, привлекающих туристов, уступая первенство Приморью. Хабаровск в прошлом году посетили 600 тысяч человек. Поток туристов увеличился на 15 процентов по сравнению с 2016-м годом, это около 100 тысяч человек [15].

Для России в свою очередь китайские туристы наиболее приоритетны, так как они занимают верхнюю строчку в рейтинге въезда туристов с начала прошлого года. До этого периода лидирующие позиции в разные годы занимали такие страны как Финляндия, Польша, Украина и Германия.

По мнению экспертов Туристической ассоциации «Мир без границ», содействующей развитию въездного туризма в Россию из стран Азиатско-Тихоокеанского региона, разрыв между турпотоком из Китая и вышеперечисленными странами уже замечен и будет увеличиваться. Причиной тому являются обостренная политическая ситуация, введение антироссийских санкций странами ЕС и США и наращивание негативного фона вокруг нашей страны в иностранных СМИ. Так, ожидается дальнейшее падение въезда туристов из Европы, однако поток туристов из азиатских стран, напротив, сохраняет стабильность и имеет потенциал для дальнейшего развития.

Для привлечения туристов из КНР и поддержания стабильного роста турпотока, необходимо понимать, что интересно этой нации.

Согласно исследованиям ассоциации «Мир без границ» среднестатистический китайский турист в составе группы за рубежом - женщина старше 35 лет. Ее предпочтения указаны на рисунке 13.



Источник: [29]

Рисунок 13 – Туристские предпочтения среднестатистического китайского туриста

Если рассматривать статьи расходов туристов из Поднебесной, от стоит отметить, что китайские туристы большие любители шопинга. Каждый путешественник тратит 57,8 % своего бюджета именно на шопинг. Иные статьи затрат помимо шопинга, определенные Всемирной федерацией туристических городов, представлены на рисунке 14.

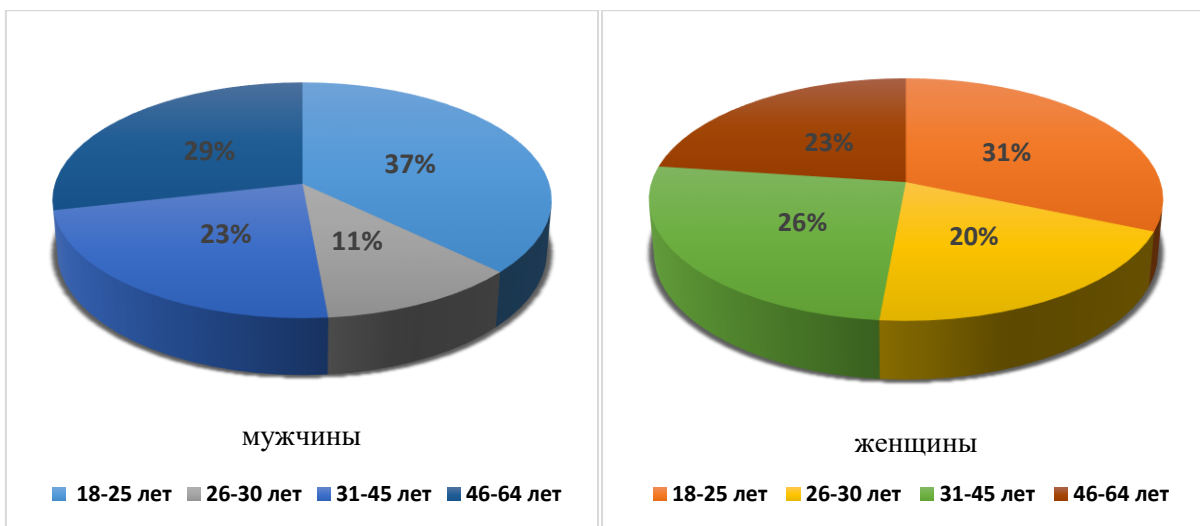


Источник: [29]

Рисунок 14 – Основные статьи туристских затрат гостей из КНР

Суммируя все вышесказанное, можно сделать вывод, что китайские туристы заинтересованы в гастрономическом туре, ввиду того, что возможность попробовать местную кухню находится на второй позиции в рейтинге их туристских предпочтений и статей затрат во время путешествия. Тем не менее, не стоит упускать заинтересованность в шопинге, комфортном проживании и развлечениях.

Всего в опросе приняло участие 70 жителей КНР разного пола и возраста (Рисунок 15). Самые младшие участники анкетирования – студенты ДВФУ, респонденты остальных возрастных групп – их друзья и родственники, проживающие в разных городах Китая.



Источник: исследования автора

Рисунок 15 – Половозрастной состав респондентов

Сфера рабочей деятельности опрошенных весьма разнообразна (Рисунок 16). Преобладают такие специальности как специалист коммерческого предприятия и предприниматель, за ними следуют государственный служащий и главный менеджер, аналогичное количество пенсионеров и выбравших вариант «Иная сфера деятельности». Работник культуры и научный работник – самые редкие профессии среди опрошенных.

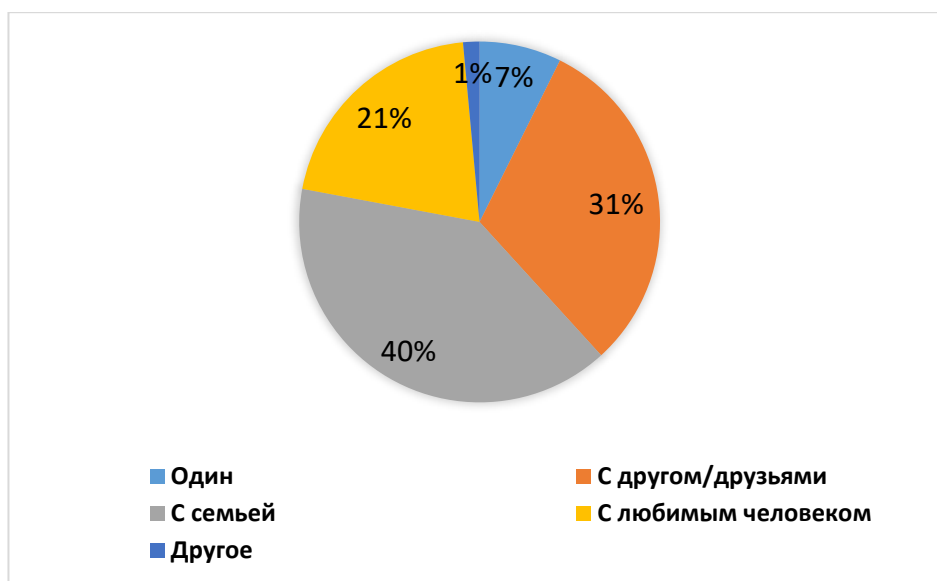


Источник: исследования автора

Рисунок 16 – Сфера работы респондентов (или их родителей)

На вопрос «Любите ли Вы путешествовать?» все респонденты ответили утвердительно.

Ответы на вопрос «С кем Вы обычно путешествуете?» представлены на Рисунке 17. Можно с уверенностью сказать, что опрашиваемые не привыкли к «одиноким» путешествиям и предпочитают преимущественно компанию друзей или семьи (Рисунок 17).



Источник: исследования автора

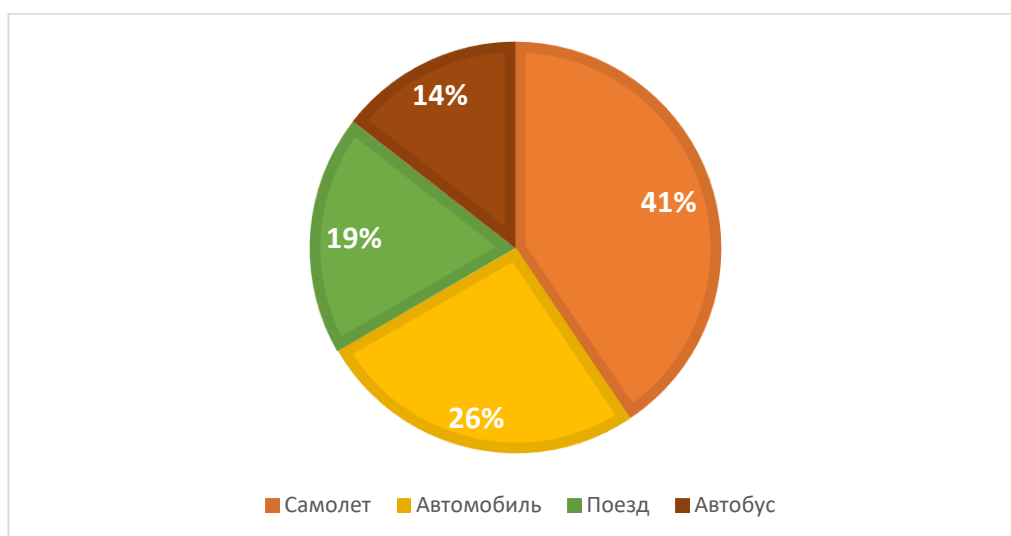
Рисунок 17 – Предпочтительная компания для путешествий респондентов

Согласно ответам на шестой вопрос, самое популярное время года для туризма – лето и осень, за них отдало голос практически равное количество анкетированных (29 и 26 соответственно). Зиме и весне отдано минимальное количество голосов (10 и 5 соответственно).

Наиболее привычными для проживания большинство туристов считают отели 3* и 4* (19 и 23 соответственно). 15 респондентов предпочитают отели с максимально комфортными условиями и уровнем сервиса. 13 – готовы довольствоваться минимальными удобствами хостелов.

Касательно выбора транспорта для путешествия, респонденты в большинстве случаев предпочитают передвигаться самым быстрым видом транспорта –

самолетом. Второй по популярности вид транспорта – автомобиль. Третье место занимает поезд, автобус уступает ему в два голоса (Рисунок 18).



Источник: исследования автора

Рисунок 18 – Вид транспорта, предпочитаемый для путешествий

Более половины респондентов при выборе способа передвижения во время путешествия считают такие факторы как «быстрота передвижения», «ценовой фактор» и «удобства при передвижении» самыми важными. Желательны – «комфортные условия для сна», «возможность увидеть окрестности» и «возможность делать остановки» (Таблица 8).

Таблица 8 – Факторы, определяющие выбор респондентами транспорта для путешествия

Фактор	не имеет значения	желательно	обязательно
быстрота перемещения	-	34 чел. (49%)	36 чел. (51%)
ценовой фактор	4 чел. (8%)	23 чел. (39%)	43 чел. (61%)
Фактор	не имеет значения	желательно	обязательно
удобства при путешествии (питание, туалет)	5 чел. (7%)	19 чел. (27%)	46 чел. (66%)
комфортные условия для сна	2 чел. (3%)	37 чел. (53%)	31 чел. (44%)
возможность увидеть окрестности	13 чел. (19%)	39 чел. (56%)	18 чел. (26%)

Окончание таблицы 8

Фактор	не имеет значения	желательно	обязательно
возможность делать остановки	3 чел. (4%)	47 чел. (67%)	20 чел. (3%)

Источник: исследования автора

Можно сделать вывод, что «ценовой фактор» зачастую невозможно назвать преимуществом передвижения на самолете, ввиду дороговизны перелетов. «Удобство передвижения» не относится к автомобилям из-за отсутствия возможности принять горизонтальное положение во время долгого передвижения. Исходя из этого, поезд – наиболее оптимальный вариант. Тем более такие преимущественные возможности перемещения на поезде как «комфортные условия для сна», «возможность увидеть окрестности» и «возможность делать остановки» большинство респондентов определило желательными, а не имеющими значения.

Оптимальная продолжительность тура для 50 опрошенных – от 5 до 7 дней, 16 человек выбрало вариант - 14 дней и 4 человека – более 14 дней.

Большая часть респондентов, а именно 47 человек из 70, посещало Дальний Восток в качестве туриста ранее. Из них только 13 человек путешествовало по Транссибирской магистрали, при этом 7 респондентов хотели бы совершить путешествие вновь, 6 - не имеют такового желания. Из 57 респондентов, не имеющих опыта передвижения на поезде по Транссибу, 43 человека хотели бы совершить поездку. Так, в общей сложности 49 из 70 респондентов заинтересованы в путешествии по российской железной дороге.

На вопрос «Какие города Дальнего Востока Вы посещали в качестве туриста?» ответы представлены на рисунке 19.



Источник: исследования автора

Рисунок 19 – Города ДВ, которые респонденты посетили в качестве туриста

Ответы на вопрос «Какие города Дальнего Востока Вы бы хотели посетить в качестве туриста?» представлены на рисунке 20.



Источник: исследования автора

Рисунок 20 – Города ДВ, которые желают посетить респонденты с туристскими целями

Из приведенных выше диаграмм можно сделать вывод, что китайские туристы заинтересованы в посещении Дальнего Востока России. Ими было совершено 95 туристских поездок в города ДВФО, интересна -171 поездка. Города-лидеры по посещаемости: Владивосток, Хабаровск, Якутск и Благовещенск. Тем не менее, список городов, интересующих респондентов сокращается до трех, исключая Благовещенск.

Согласно ответам респондентов среди целей путешествия на ДВ России, основными являются следующие:

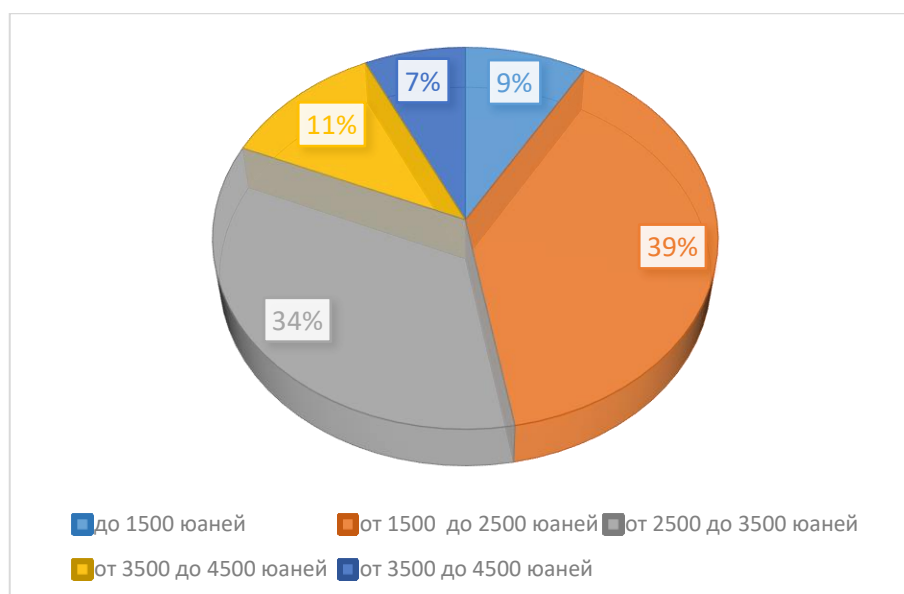
- посмотреть достопримечательности;
- попробовать местную кухню;
- познакомиться с местными продуктами питания;
- посетить театр оперы и балета;
- совершить покупки одежды/ украшений/ техники/ мебели;
- посетить местные рестораны и кафе.

Цели, которые желательно осуществить:

- посетить развлекательные центры/ зоопарки/ аквапарки;
- научиться готовить традиционные дальневосточные блюда;
- научиться готовить блюда русской кухни;
- посетить казино;
- посетить ночные клубы и бары.

Такие цели как получение медицинских услуг и занятие активными видами спорта интересуют минимальное количество респондентов.

Ответы на вопрос «Какую сумму Вы могли бы потратить на поездку?» показаны на рисунке 21. Большая часть анкетированных считает сумму от 1500 до 2500 юаней оптимальной для путешествия. Данный выбор можно объяснить тем, что большинство респондентов — студенты. Но также одинаково популярен варианты и «от 2500 до 3500 юаней».



Источник: исследования автора

Рисунок 21 – Приемлемая стоимость туристской поездки для респондентов

Суммируя результаты анкетирования, можно сделать вывод, что респонденты, потенциальные китайские туристы, заинтересованы в гастрономическом туре. Им интересны знакомство с местными продуктами питания дестинации, посещение ее кафе и ресторанов, а также возможность научиться готовить традиционные русские и дальневосточные блюда. Наиболее привлекательное время для путешествия — лето и осень, продолжительность от 5 до 7 дней. Подавляющее большинство опрошиваемых привыкло путешествовать в компании, потому групповые туры приемлемы. Согласно ответам, респонденты безусловно заинтересованы в посещении г. Владивостока и г. Хабаровска, путешествие на поезде по Транссибирской магистрали также вызывает у большинства туристский интерес. Привлекательная стоимость тура - 15-35 тысяч рублей.

В рамках исследования предложений турфирм Приморского края для иностранных туристов, в том числе гастрономических туров, было опрошено семь туроператоров края по международному въездному туризму (Таблица 9).

Таблица 9 – Предложения турфирм Приморского края

Туристская фирма	Программы туров для туристов из КНР	Гастрономические туры / экскурсии для туристов из КНР
ООО «Гавань-Турцентр»	Тур состоит из обзорной экскурсии по городу и по запросу туристов экскурсии по Русскому острову, маяку на Токаревской кошке и игровой зоне «Приморье». Иные объекты –по запросу туристов, за отдельную плату.	Не имеется
ООО «Диалог народов – 1»	Классический тур состоит из 4х дней, два из которых туристы проводят с российским гидом-проводником, два – с китайским руководителем группы. Программа состоит из обзорной экскурсии по городу, в стоимость входит посещение подводной лодки С-56. Посещение иных мест производится по запросу туристов и за отдельную стоимость.	Не имеется
ООО «Восток Интур»	Туры рассчитаны на 2-3 дня. Программа состоит из обзорной экскурсии по городу с посещением подводной лодки С-56 и музея трепанга, по желанию туристов - часовая прогулка с кормлением чаек.	Имеются отдельные экскурсии на фабрику мороженого, завод «Владхлеб», в усадьбу «Вавилово», на молокозавод «Гринагро», молочную ферму в с. Суражевка и на завод «Coca-Cola»
ПАО «Приморавтотранс»	Классический тур состоит из обзорной экскурсии по городу. За отдельную плату по желанию туристов – посещение океанариума. Штыковских прудов, музея им. Арсеньева, Ворошиловской батареи	Не имеется
ООО «Дальинтурист»	Туры состоят из обзорных экскурсий по г. Владивостоку и Русскому острову. имеются предложения с посещением игровой зоны «Приморье», Токаревского маяка, Штыковских прудов и других объектов показа по желанию туристов.	Отдельные экскурсии винодельское хозяйство «Майхинское», на сыроварню, а также морские прогулки с дегустацией морепродуктов.

Окончание таблицы 9

Туристская фирма	Программы туров для туристов из КНР	Гастрономические туры / экскурсии для туристов из КНР
ООО «Приморское БММТ «Спутник»	Тур состоит из обзорной экскурсии по городу и по запросу туристов экскурсий по другим объектам показа города и его окрестностей.	Цельного тура не имеется. Есть отдельные предложения в виде посещения ресторанов европейской, паназиатской, дальневосточной и русской кухни. А также посещение мастер-класса по лепке вареников в пельменной «Ложки-Плошки»
ООО «ТК «Лагуна»	2-3-дневные туры включают обзорную экскурсию, остальное время туристы проводят самостоятельно. По желанию – экскурсии на Русский остров (все его достопримечательности) и в игорную зону «Приморье».	Не имеется

Источник: исследования автора

Можно заметить, что ни одна из рассмотренных турфирм не предлагает полноценные гастрономические туры по Приморскому краю или его столице. Классические туры для китайских туристов похожи между собой, так как программа состоит из одной обзорной экскурсии, в стоимость которой входит посещение музея «Подводная лодка С-56». Туры строятся по принципу запроса туристами посетить тот или иной объект. Самые популярные туристские объекты: игорная зона «Приморье» и океанариум. Экскурсии имеют обзорный характер, тематические – отсутствуют.

В Хабаровском крае ситуация примерно такая же, однако даже обычные туры по городу Хабаровску строятся индивидуально, по пожеланиям туриста, готовых интересных вариантов фирмы не предлагают. Полноценный и интересный гастрономический тур имеется у компании ООО «Солнечный мир». Тур называется «Вкусный Хабаровск», его продолжительность 3 дня \ 2 ночи. В программу входит обзорная экскурсия по городу, мастер-класс по приготовлению традиционных русских блюд в кафе «Варварка», экскурсия в краевой музей им.

Градекова, прогулка на теплоходе по р. Амур, экскурсия к Петроглифам Сикачи-Алян с дегустацией нанайских блюд. Помимо этого, в тур включены обеды и ужины в таких заведениях как ресторан арабской кухни «Султан-Базар», русской кухни «Русский» и украинской кухни «Кабачок», а также проживание в отеле «Верба» 4* или гостинице «Интурист» 3*.

Туроператор ООО «Радуга тур» не имея гастрономического тура, предлагает все экскурсии, включенный в тур компании ООО «Солнечный мир» отдельно и готов сделать гастрономических тур из данных предложений так как это будет удобно туристу.

Такие туроператоры края, работающие на международном въездном направлении, как ООО «Премьер», ЗАО «Хабаровсктурист», АО «Амуртурист» предлагают отдельные экскурсии на пивоварный завод «Балтика-Хабаровск» и фабрику мороженого «Зайца», единого гастрономического турпродукта у них не имеется.

Таким образом, турфирмы рассмотренных направлений, за исключением двух, не предлагают гастрономических туров. Гастрономический тур с посещением обоих регионов не имеется. Все предлагаемые экскурсии строятся по одному принципу и отличаются средством передвижения и стоимостью. Стоит также отметить, что большая часть времени в обычных ознакомительных турах для китайских туристов тратиться на шопинг, что уточнили менеджеры всех опрошенных фирм. Отличие между турами заключается в транспортной компании, осуществляющей перевозку туристов, гостинице и в следствие этого, стоимости тура. Можно сделать вывод, что гастрономический тур по столицам Приморского и Хабаровского края будет в новинку для туристов из КНР, а ввиду их заинтересованности в дальневосточной и русской кухне спрос на него обеспечен.

2.3 Документационное обеспечение гастрономического тура «Вкус дальневосточных столиц России»

Проанализировав, ресурсы гастрономического туризма Приморского и Хабаровского края, выяснилось, что они имеют достаточный потенциал для развития данного гастрономического туризма, однако турфирмы не предлагают достаточно соответствующих туров. Маркетинговое исследование спроса на гастрономические туры иностранных туристов показало, что граждане КНР заинтересованы в данных турпродуктах, что обосновывает их создание.

Проектируемый тур планируется в рамках группового безвизового туробмена согласно Соглашению между Правительствами РФ и КНР о безвизовых групповых туристических поездках. Данное соглашение не запрещает возможность въезда и выезда группы туристов через разные пограничные пункты пропуска. В связи с этим не возникает проблем с прибытием туристов из КНР в Россию через пограничный пункт Приморского края (автомобильные «Краскино» и «Полтавка», автомобильный и железнодорожный «Пограничный», международный аэропорт «Владивосток») и выездом через пункт пропуска через государственную границу Хабаровского края (Хабаровский речной порт, «Хабаровск - аэропорт (Новый)») [45].

Тур планируется продолжительностью четыре дня для групп до 16 человек (ввиду пропускного потенциала туристских объектов) из г. Харбина, что не противоречит Межправительственному соглашению. Тур приурочен к посещению выставки-ярмарки «Наш выбор 27» Хабаровского края, так как это одно из самых масштабных международных гастрономических мероприятий выбранных туристских дестинаций, которое способно познакомить иностранных гостей с особенностями русской и дальневосточной кухни дальнего Востока России.

Содержание программы, описание последовательности выполнения операций и условий обслуживания туристов во время осуществления путешествия по маршруту «Вкус дальневосточных столиц России» представлено в технологической карте туристского путешествия.

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ТУРИСТСКОГО ПУТЕШЕСТВИЯ

на 07.06 – 11.06 2018г

Маршрут путешествия «Вкусы дальневосточных столиц России», комбинированный вид

Протяженность маршрута (км) более 1500 км

Продолжительность путешествия (сут) 5 дней / 4 ночи

Число туристов в группе (рекомендуемое) 16 +1

Стоимость (руб.) 31 808 руб.

Программа обслуживания туристов в путешествии по маршруту «Вкусы дальневосточных столиц России»

Таблица 10 – Технологическая карта туристского путешествия «Вкусы дальневосточных столиц России»

Населенные пункты, расстояния между ними, способы передвижения, время прибытия в пункт и выезда из него	Наименование объектов туристской индустрии, оказывающих услуги размещения и условия размещения	Запланированные туристские и экскурсионные услуги. Наименование экскурсий (с перечнем основных объектов показа), туристских походов и т.п.	Перевозка туристов	Другие услуги
г. Артем – г. Владивосток; Расстояние: 50 км; Время в пути: 50 мин.;	Отель «Аванта» 3*; заселение производится по два человека в двухместный	1 день «Вкус города у моря» - дегустационный обед в ресторане дальневосточной кухни «Port Cafe»;	Автобусная перевозка: Аэропорт «Владивосток» (Артемовский городско округ, ул. Сайбея, 45) –	
Время прибытия: 15:50;	номер первой категории	- экскурсия в «Музей трепанга»; - мастер-класс по приготовлению дальневосточных блюд в кулинарной студии «Вкус Жизни».	отель «Аванта» 3* (г. Владивосток, ул. Гоголя, 41). Ресторан «Port Cafe» (ул. Комсомольская, 11) – Музей трепанга (ул. Верхнепортовая, 66а) – кулинарная студия «Вкус Жизни» (ул. Комсомольская, 13)	

Продолжение таблицы 10

Населенные пункты, расстояния между ними, способы передвижения, время прибытия в пункт и выезда из него	Наименование объектов туристской индустрии, оказывающих услуги размещения и условия размещения	Запланированные туристские и экскурсионные услуги. Наименование экскурсий (с перечнем основных объектов показа), туристских походов и т.п.	Перевозка туристов	Другие услуги
г. Владивосток – г. Хабаровск Расстояние: 760 км; Время в пути: 13 час.; Время прибытия: 06:33;	Отель «Аванта» 3*; заселение производится по два человека в двухместный номер первой категории.	2 день «Медовые пряники и картофельные драники» - экскурсия в усадьбу «Вавилово»; - мастер-класс по росписи пряников и чаепитие.	Автобусная перевозка: Отель «Аванта» 3* (ул. Гоголя, 41) – усадьба «Вавилово» (ул.Елецкая, 1а) – пельменная «Ложки-Плошки» (ул.Светланская, 7а). Площадь Борцам за власть Советов на ДВ (ул. Светланская. 29) – ресторан «Гусь-Карась» (ул.Батарейная, 3а) – ж/д вокзал (ул.Алеутская, 2). Ж/д перевозка: г. Владивосток – г. Хабаровск (№ 001М «Россия»)	
г. Хабаровск	Отель «Интурист» 3*; заселение производится по два человека в двухместный номер первой категории.	3 день «Русские сладости» - экскурсия на фабрику мороженого «Зайца»; - прогулка на теплоходе по р. Амур.	Автобусная перевозка: Ж/д вокзал (ул. Ленинградская, 58) – отель «Интурист» 3* (Амурский бульвар, 2) – фабрика мороженого «Зайца» (ул. Кирова, 1) – парк «Динамо» (ул. Карла Маркса, 64)	
г. Хабаровск	Отель «Интурист» 3*; заселение производится по два человека в двухместный номер первой категории.	4 день «Самое массовое угощение» посещение выставки-ярмарки «Наш выбор 27»	-	

Окончание таблицы 10

Населенные пункты, расстояния между ними, способы передвижения, время прибытия в пункт и выезда из него	Наименование объектов туристской индустрии, оказывающих услуги размещения и условия размещения	Запланированные туристские и экскурсионные услуги. Наименование экскурсий (с перечнем основных объектов показа), туристских походов и т.п.	Перевозка туристов	Другие услуги
г. Хабаровск	Отель «Интурист» 3*; заселение производится по два человека в двухместный номер первой категории.	5 день «Кухни народов мира» посещение фестиваля «Кухни народов мира»	Автобусная перевозка: Ресторан «Vdrovd» (ул. Муравьева-Амурского, 15) - аэропорт «Хабаровск-Новый» (Матвеевское шоссе. 286)	

Визовая поддержка и оформление въездных и выездных документов: виза не требуется, оформлением документов занимаются отправляющая и принимающая туристские фирмы.

Размещение туристов осуществляется следующими средствами размещения: Отель «Аванта» 3*. Адрес: г. Владивосток, ул. Гоголя, 41. Проживание в двухместных номерах первой категории. Гостиница «Интурист» 3*. Адрес: г. Хабаровск Амурский бульвар, 2. Проживание в двухместных номерах первой категории.

Перевозки осуществляются предприятиями: ООО «Гермес Восток». Адрес: г. Владивосток, ул. Борисенко, 35а. Микроавтобус среднего класса Mercedes-Benz Sprinter на 20 посадочных мест. ООО «Свадебный кортеж». Адрес: г. Хабаровск, ул. Комсомольская, 44. Микроавтобус среднего класса Hyundai County на 18 посадочных мест.

Питание туристов осуществляются предприятиями: завтраки – шведский стол в ресторане отеля «Аванта» 3* (г. Владивосток, ул. Гоголя, 41) и шведский стол в ресторане гостиницы «Интурист» 3* (г. Хабаровск Амурский бульвар, 2); обеды – дегустационный обед в ресторане дальневосточной кухни «Port Cafe» (г. Владивосток, ул. Комсомольская, 11), комплексный обед в пельменной «Ложки-Плошки» (г. Владивосток. ул. Светланская, 7), комплексный обед в кофейне

«Чао Какао» (г. Хабаровск, ул. Ленина, 31), обед в итальянском ресторане «Vdrova» (г. Хабаровск, ул. Муравьева-Амурского, 15), ужины - в ресторане русской кухни «Гусь-карась» (г. Владивосток, ул. Батарейная, 3а), в баре прогулочного теплохода «Москва 75» (г. Хабаровск), в ресторане региональной кухни «Сопка» (г. Хабаровск, ул. Кавказская, 20).

Экскурсионные услуги: экскурсия в «Музей трепанга» (природоведческая тематика), проводит экскурсовод музея с помощью перевода гида-переводчика; мастер-класс по приготовлению традиционных дальневосточных блюд в кулинарной студии «Вкус Жизни» (кулинарная тематика), проводит шеф-повар студии с помощью перевода гида-переводчика; мастер-класс по росписи пряников в пряничной мастерской при усадьбе «Вавилово» (кулинарная тематика), проводит сотрудник мастерской с помощью перевода гида-переводчика; экскурсия по фабрике мороженого «Зайца» (производственная тематика), проводит экскурсовод-производственник с помощью перевода гида-переводчика.

Услуги по организации досуга туристов и другие дополнительные услуги: речная прогулка на двухпалубном теплоходе «Москва 75» по р. Амур, адрес: г. Хабаровск, речной вокзал, ул. Шевченко, 1; посещение выставки-ярмарки «Наш выбор 27» в сопровождении гида переводчика, адрес: г. Хабаровск, набережная им. Невельского; посещение фестиваля «Кухни народов мира» в сопровождении гида переводчика, адрес: г. Хабаровск, набережная им. Невельского.

Краткое описание путешествия: в первый день тура «Вкус города у моря» туристов ждет встреча в аэропорту г. Владивостока, трансфер в гостиницу, заселение, обед в ресторане дальневосточной региональной кухни, экскурсия в «Музей трепанга» и мастер-класс по приготовлению дальневосточных блюд. На второй день путешествия «Медовые пряники и картофельные драники» туристы смогут посетить старинную усадьбу «Вавилово» и научиться расписывать медовые пряники, приготовленные при мастерской усадьбы. Также в этот день туристы попробуют русские вареники впельменной на обед, на ужин – такие традиционные блюда русской кухни, как драники и курник. После ужина туристов

ждёт поезд в г. Хабаровск. На третий день тура «Русские сладости» туристы приезжают в новый город, заселяются в гостиницу. После они посещают фабрику мороженого, гуляют в парке и на городских прудах и пробуют настоящие русские блины на обед. В вечернюю программу входит речная прогулка на теплоходе с ужином на нем. Четвертый день тура. «Самое массовое угощение» посвящен посещению выставки-ярмарки «Наш выбор 27» и ужину в ресторане региональной кухни «Сопка». Последний день путешествия «Кухни народов мира» группа проводит на одноименном фестивале, после которого обедает в итальянском ресторане и отправляется в аэропорт для отбытия домой. В аэропорту гид-переводчик дарит туристам памятный сувенир – молочную шоколадку с кусочками морской соли на память о гастрономическом туре по двум столицам Дальнего (Приложение В).

Последовательность действий в течение тура с указанием временных рамок, а также услуги, входящие в стоимость тура, оплачиваемые отдельно и предоставляемые за дополнительную плату представлены в программе тура «Вкус дальневосточных столиц России» (Таблица 11).

Таблица 11 – Программа тура «Вкус дальневосточных столиц России»

День и время	Последовательность действий
07.06.2018	Вкус города у моря
15:00	Встреча группы в международном аэропорту «Владивосток»
15:00-15:50	Трансфер в гостиницу «Аванта» 3*
16:00-16:45	Размещение в гостинице, свободное время
17:00-18:00	Дегустационный обед в ресторане дальневосточной кухни «Port Cafe» («Дальневосточный сет» из 8 блюд из даров моря)
18:30-20:00	Посещение «Музея трепанга» (экскурсия и показ фильма о морском обитателе на китайском языке, возможность купить продукцию музея)
20:30-23:00	Мастер-класс по приготовлению традиционных дальневосточных блюд в кулинарной студии «Вкус Жизни» (свежевыловленный гребешок, томленный в медовом соусе и воздушное пирожное «Павлова», на аперитив - шампанское или белое вино на выбор)
	Возвращение в гостиницу после 23:00

Продолжение таблицы 11

День и время	Последовательность действий
<p>08.06.2018</p> <p>07:00-08:30</p> <p>08:30-09:00</p> <p>09:00-10:00</p> <p>10:10-10:50</p> <p>11:00-12:30</p> <p>12:40-13:30</p> <p>13:40-14:30</p> <p>14:30-17:00</p> <p>17:15-18:15</p> <p>18:15-18:40</p> <p>19:10</p>	<p align="center">Медовые пряники и картофельные драники</p> <p>Завтрак при кафе гостиницы «Аванта»</p> <p>Выселение из гостиницы</p> <p>Трансфер в усадьбу «Вавилово»</p> <p>Прогулка по пряничному городу и саду</p> <p>Мастер-класс по росписи пряников и чаепитие</p> <p>Трансфер в город</p> <p>Обед в пельменной «Ложки-Плошки» (любимый русскими салат «Оливье», суп по-домашнему, русские вареники с начинкой на выбор, традиционный десерт и чай из самовара)</p> <p>Свободное время</p> <p>Ужин в ресторане русской кухни «Гусь-карась» (5 традиционных русских блюд: щи, пожарская котлета, курник, драники. овсяный кисель)</p> <p>Трансфер на ж/д вокзал</p> <p>Отправление в г. Хабаровск на поезде № 001М «Россия» (плацкартный вагон, нижнее место)</p>
<p>09.06.2018</p> <p>08:10</p> <p>08:20-08:40</p> <p>08:40-10:00</p> <p>10:10-10:50</p> <p>11:00-12:40</p> <p>12:50-13:20</p> <p>13:20-14:00</p> <p>14:00-14:10</p> <p>14:10-15:00</p> <p>15:00-17:30</p> <p>18:00-19:00</p>	<p align="center">Русские сладости</p> <p>Прибытие в г. Хабаровск</p> <p>Трансфер в гостиницу «Интурист» 3*</p> <p>Размещение в гостинице, завтрак при ресторане гостиницы «Интурист»</p> <p>Трансфер до фабрики мороженого «Зайца»</p> <p>Экскурсия по фабрике и дегустация мороженого</p> <p>Трансфер до парка «Динамо»</p> <p>Пешая прогулка по парку и территории городских прудов</p> <p>Пешая прогулка до кофейни «Чао Какао»</p> <p>Обед в кофейне «Чао Какао» (суп и горячее на выбор, свежесваренный кофе/чай с фирменными сладкими блинами кофейни)</p> <p>Свободное время</p> <p>Прогулка на двухпалубном теплоходе по р. Амур с ужином (соленья «Из кадушки», жаркое со свининой «Грибное лукошко», блины с пылу с жару и мороженое с сиропом / фруктами на выбор гостя)</p> <p>Возвращение в гостиницу после 19:00</p>

Окончание таблицы 11

День и время	Последовательность действий
10.06.18	Самое массовое угощение
07:00-10:00	Завтрак при ресторане гостиницы «Интурист»
10:40-10:50	Пешая прогулка до набережной им. Невельского
11:00-18:45	Посещение выставки-ярмарки «Наш выбор 27»
18:45-19:00	Прогулка до ресторана «Сопка»
19:00-21:00	Ужин в ресторане региональной кухни «Сопка» (дальневосточные блюда: копченая корюшка, салат из обожжённого кальмара, листа романо и кислых томатов; основное блюдо – бефстроганов с жжеными огурцами или говяжий язык с картофельным пюре и луком, на десерт – пирожное «Птичка») Возвращение в гостиницу после 21:00
11.06.18	Кухни народов мира
07:00-10:00	Завтрак при ресторане гостиницы «Интурист»
10:00-10:30	Выселение из гостиницы
10:40-10:50	Пешая прогулка до набережной им. Невельского
11:00-15:00	Посещение второго дня выставки-ярмарки «Наш выбор 27», просмотр выступлений участников проекта «Кухни народов мира», бесплатная дегустация блюд разных кухонь
15:00-15:15	Прогулка до ресторана «Vdrova»
15:15-16:30	Обед в итальянском ресторане «Vdrova» (традиционные блюда итальянской кухни: закуска капрезе, спагетти/равиоли, пицца)
16:30-17:30	Трансфер в аэропорт «Хабаровск - Новый»
19:00	Перелет в г. Харбин

В программе тура возможны изменения, в данном случае замена экскурсии (услуги) производится на равноценную по ее качеству и стоимости.

В стоимость тура входит:

- проживание в отеле «Аванта» 3* и гостинице «Интурист» 3*;
- питание полный пансион (завтрак + обед + ужин);
- транспортное обслуживание во время тура (автобусные и ж/д перевозки);
- экскурсионная программа;

—страховка.

Стоимость тура: 31 808 рублей

Дополнительно оплачивается:

— авиабилеты (г. Харбин – г. Владивосток, г. Хабаровск – г. Харбин).

Услуги, предоставляемые за дополнительную плату:

В г. Владивостоке: экскурсия в краеведческий музей Приморского края им. Арсеньева, посещение музея хлебопекарского завода «ВладХлеб», пешеходная экскурсия по старым квартал города «Тайны Миллионки», посещение контактного зоопарка «Страна Енотия».

В г. Хабаровске: обзорная экскурсия по г. Хабаровску, обзорная ночная экскурсия по городу «Огни ночного города», экскурсия в краеведческий музей Хабаровского края им. Градекова, экскурсия на кондитерскую фабрику «Хабаровская».

Перед заключением договора о реализации туристских услуг с каждым клиентом отправляющая фирма обязана ознакомить клиента с услугами, составляющими тур и с услугами, которые не входят в его стоимость, а также со всеми нюансами программы, провести краткий инструктаж по безопасности на маршруте, ответить на все интересующие вопросы и информационный листок (Приложение Г) для самостоятельного ознакомления туриста. Кроме этого, менеджер турфирмы должен ознакомить туриста с реальной стоимостью тура «Вкус дальневосточных столиц России». Стоимость тура «Вкус дальневосточных столиц России» на человека для группы из 16 туристов из КНР составляет 31 808 рублей без учета авиабилетов (Таблица 12).

Таблица 12 – Расчет стоимости турпутевки по маршруту «Вкус столиц Дальнего Востока»

Статья затрат	Принцип расчета	Стоимость на группу
. Транспортные услуги 1.1 Трансфер	1500 руб. (почас. тариф) * 1,5 часа + 1300 руб. (почас. тариф) * 2	4 850 руб.

Продолжение таблицы 12

Статья затрат	Принцип расчета	Стоимость на группу
<ul style="list-style-type: none"> • Аэропорт «Владивосток» (Артемовский городско округ, ул. Сайбеля, 45) - отель «Аванта» (г. Владивосток, ул. Гоголя, 41). • Ресторан «Гусь-Карась (ул.Батарейная, 3а) – ж/ д вокзал (ул.Алеутская, 2). • Ж/д вокзал (г. Хабаровск, ул. Ленинградская, 58) – отель «Интурист» (Амурский бульвар, 2). • Ресторана «Vdrona» (ул. Муравьева-Амурского, 15) -аэропорт «Хабаровск-Новый» (Матвеевское шоссе. 28б) 		
<p>1.2 Внутрешаршрутные перевозки в г. Владивостоке ООО «Гермес Восток». 20 местный микроавтобус Mercedes-Benz Sprinter 1 день Ресторан «Port Cafe» (ул. Комсомольская, 11) – Музей трепанга (ул. Верхнепортовая, 66а) – кулинарная студия «Вкус Жизни» (ул. Комсомольская, 13). 2 день Отель «Аванта» 3* (ул. Гоголя, 41) – усадьба «Вавилово» (ул.Елецкая, 1а) – пельменная «Ложки-Плошки» (ул.Светланская, 7а). Площадь Борцам за власть Советов на ДВ (ул. Светланская. 29)- Ресторан «Гусь-Карась (ул.Батарейная, 3а).</p>	<p>1500 руб. (почас. тариф) * 7,5 часа</p>	<p>11 250 руб.</p>
<p>1.3 Внутрешаршрутные перевозки Поезд № 001М «Россия» г. Владивосток – г. Хабаровск</p>	<p>1 556 (стоимость билета) * 17 чел.</p>	<p>26 452 руб.</p>
<p>1.4 Внутрешаршрутные перевозки в г. Хабаровске ООО «Свадебный кортеж». 18 местный микроавтобус Hyundai County 3 день Отель «Интурист» 3* (Амурский бульвар, 2) – фабрика мороженого «Зайца» (ул. Кирова, 1) – парк «Динамо» (ул. Карла Маркса, 64)</p>	<p>1300 руб. (почас. тариф) * 3,5 часа</p>	<p>4 550 руб.</p>
<p>Итого: 47 102 рублей</p>		

Продолжение таблицы 12

Статья затрат	Принцип расчета	Стоимость на группу
2. Проживание 2.1 Отель «Аванта» 3* (2х-местные номера первой категории) 2.2 Гостиница «Интурист» 3* (2х-местные номера первой категории)	2.1 4500 руб. * 8 номеров * 1 (кол. ночей) = 36 000 руб. 2.2 3900 руб. * 8 номеров * 2 (кол. ночей) = 62 400 руб.	98 400 рублей
Итого: 145 502 рублей		
3. Питание 3.1 Обед + ужин (завтраки включены в стоимость проживания)	1 день Обед: 2400 руб. * 16 чел. = 38 400 руб. 2 день Обед: 640 руб. * 16 чел. = 10 240 руб. Ужин: 1345 руб. * 16 чел. = 21 520 руб. 3 день Обед: 617 руб. * 16 чел. = 9 872 руб. Ужин: 880 руб. * 16 чел. = 14 080 руб. 4 день Ужин: 1480 руб. * 16 чел. = 23 680 руб. 5 день Обед: 800 руб. * 16 чел. = 12 800 руб.	130 592 рублей
Итого: 276 094 рублей		
4. Экскурсионные услуги 4.1 Экскурсия в усадьбу «Вавилово» 4.2 Экскурсия на фабрику мороженого «Зайца»	4.1 700 руб. * 17 чел. = 11 900 руб. 4.2 400 руб. * 17 чел. = 6 800 руб.	18 700 руб.
Итого: 294 794 рублей		
5 Сувенирная продукция 5.1 Молочный шоколад с морской солью	100 руб. * 16 чел.	1 600 руб.
Итого: 296 394 рублей		
6 Культурно-развлекательные мероприятия 6.1 Мастер-класс в кулинарной студии «Вкус Жизни»	6.1 3000 руб. * 16 чел. = 48 000 руб.	54 800 руб.

Окончание таблицы 12

Статья затрат	Принцип расчета	Стоимость на группу
6.2 Прогулка на теплоходе «Москва 75» по р. Амур	6.2 400 руб. * 17 = 6 800 руб.	
Итого: 351 149 рублей		
7 Заработная плата 7.1 Гид-переводчик 7.2 Отчисления в государственные внебюджетные фонды	7.1 4000 руб. * 5 дней = 20 000 руб. 7.2 20000 * 30% = 6 000 руб.	26 000 рублей
Итого: 377 149 рублей		
8. Страховка	150 руб. * 16 чел.	2 400 рублей
Прямые расходы: 379 549 рублей		
9. Косвенные расходы	10% от прямых расходов	37 955 рублей
Итого: 37 955 рублей		
10. Себестоимость	Расходы прямые (379 549) + расходы косвенные (37 955)	417 504 рубля
11. Прибыль	15 % от себестоимости	62 625 рублей
12. Доход	Себестоимость (417 504) + прибыль (62 625)	480 130 рублей
13. Налоги	6 % от доходов	28 807 рублей
14. Итого на группу	Доход (480 130) + налоги (28 807)	508 937 рублей
15. Стоимость турпутевки на одного человека	Итого на группу ÷ 16 человек	31 808 рублей

Заключение

Гастрономический туризм — относительно новый вид туризма, направленный на знакомство с туристской дестинацией, ее культурой и традициями посредством посещения кафе и ресторанов, фабрик и заводов, участия в фестивалях, ярмарках и мастер-классах, связанных с едой и напитками дестинации.

В Хабаровском и Приморском крае, как и всей России, этот вид туризма находится на этапе зарождения, но имеет внушительный потенциал благодаря гастрономическим туристским ресурсам регионов. Гастротуризм в данных регионах быстро набирает популярность. С каждым днем все больше турфирм, ресторанов и владельцев промышленных предприятий начинают заниматься данным видом деятельности. Уже сейчас некоторые туристские компании продвигают отдельные гастрономические программы — экскурсии на фабрику мороженого, хлеба, молочную ферму, завод по производству напитка “Coca-cola”. Однако не все экскурсии доступны всем сегментам туристов. Большинство из них разработаны для детей, что оставляет невозможным знакомить иностранных гостей регионов с его продуктами питания и напитками. Для развития гастрономического туризма на международном уровне, повышения имиджа Хабаровского и Приморского края и налаживания международных взаимоотношений в сфере туризма целесообразно создавать туры для иностранных туристов. Такие турпродукты должны отвечать интересам конкретной нации, ее культуре питания, условия проведения тура – стандартам обслуживания, принятых в стране туриста. Так, была поставлена цель – провести маркетинговое исследование гастрономических предпочтений иностранных гостей и на основе исследования разработать для иностранных туристов гастрономический тур по столице Приморского края.

Для достижения поставленной цели были выполнены задачи, поставленные в самом начале исследования.

Прежде всего была изучена история появления данного вида туризма, причины его популяризации в современном обществе. Также была определена классификация гастрономического туризма, выделены виды гастрономических туров

и гастротуристов. Помимо этого, установлены виды направлений деятельности, связанной с гастротуризмом напрямую или косвенно, которые наиболее популярны на сегодняшний день, и в целом охарактеризованы особенности и отличительные черты данного вида туризма.

Важной задачей являлось изучить такой популярный и действенный способ развития и продвижения дестинации на мировом рынке как брендинг территории посредством гастрономических ресурсов. Было дано определение данного феномена, выявлены преимущества его использования в развитии туризма дестинации и примеры способов гастрономического брендинга территории. Кроме этого приведены наиболее успешные примеры стран, известных всему миру благодаря национальному продукту питания или напитку.

Третья задача заключалась в исследовании международного и отечественного опыта развития гастрономического туризма, для чего прежде всего были исследованы государственные программы по развитию гастрономического туризма различных стран, государственные и общественные органы, занимающиеся данным вопросом. Для раскрытия практической деятельности вышеперечисленного были приведены примеры гастрономических фестивалей зарубежных стран и России, определены самые популярные продукты питания, в честь которых проводятся гастрономические события.

Задача исследования, связанная непосредственно с разработкой гастрономического тура, состояла в изучении гастрономических туристских ресурсов Приморского и Хабаровского края и оценка их потенциала для создания гастрономического турпродукта. Прежде всего были описаны общественные организации по развитию гастрономического туризма регионов, их направления и принципы деятельности. Дано определение гастрономического феномена «Дальневосточная кухня» и определены компоненты, составляющие его. Представлено многообразие видов организации общественного питания в г. Владивостоке и г. Хабаровске и небольшое количество «открытых» для экскурсий промышленных предприятий пищевой продукции и организаций, занимающихся проведением кулинарных курсов и мастер-классов. Также были приведены гастрономические

события регионов, прошедшие и планируемые в текущем году, выявлены плюсы и минусы организации подобных мероприятий.

Пятая задача исследования заключалась в проведении маркетингового исследования анализ спроса на гастрономический туристский продукт потенциальных иностранных туристов. Для чего была составлена и распространена среди граждан КНР, Республики Корея и Индии анкета, выявляющая заинтересованность в посещении Дальнего Востока России с туристскими гастрономическими целями. Было выявлено, что подобные цели имеют именно китайские граждане, определены их интересы в плане гастрономического путешествия и города Дальнего Востока, наиболее их привлекающие в данном плане.

Необходимым являлось проведение исследования гастрономических предложений турфирм Приморского и Хабаровского края для китайских туристов, работающих на въездном направлении. Был выявлен недостаток гастрономических туров в обеих дестинациях.

Результатом выпускной квалификационной работы стала разработка гастрономического тура «Вкус дальневосточных столиц России» по г. Владивостоку и г. Хабаровску для китайских туристов. Данный туристский продукт призван поспособствовать не только развитию гастрономического туризма в Хабаровском и Приморском крае, но и расширению туристских предложений регионов, формированию их благоприятного имиджа, увеличению потока китайских туристов в дестинации и налаживанию российско-китайских взаимоотношений в целом.

Список использованных источников

1. Об основах туристской деятельности в российской федерации [Электронный ресурс]: от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ : принят Гос. Думой 04.09.1996 г. : [ред. от 05.04. 2016 г.]. – Электрон. дан. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/.
2. Соглашение между Правительством Российской Федерации и Правительством Китайской Народной Республики о безвизовых групповых туристических поездках [Электронный ресурс]: от 29 февраля 2000 г. : [ред. от 17.11. 2006 г.] – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.visit-russia.ru/soglashenie-mezhdu-pravitelstvom-rossiyskoy-federacii-i-pravitelstvom-kitayskoy-narodnoy-respubliki>
3. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 - 2018 годы)» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.russiatourism.ru/contents/deyatelnost/programmy-i-proekty/federalnaya-tselevaya-programma-razvitie-vnutrennego-i-vezdnogo-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-2011-2018-gody-/>
4. ГОСТ Р 50681-2010. Туристские услуги. Проектирование туристских услуг [Электронный ресурс]: приказ Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 30 ноября 2010 г. N 580-ст. . – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/gost-r-50681-2010>
5. ГОСТ Р 54604-2011. Туристские услуги. Экскурсионные услуги. Общие требования [Электронный ресурс]: приказ Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии 8 декабря 2011 г. N 738-ст. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/gost-r-54604-2011>
6. Буценко, Е. Д. Гастрономический туризм как популярное направление в туризме // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2015. – Т. 33. –56–60 с.

7. Веткин, В.А. Технология создания турпродукта. Пакетные туры: учебно-методическое пособие / В.А. Веткин, Е.В. Винтайкина. М: Финансы и статистика, 2013. – 197 с.
8. Гордин, В.Э. Гастрономические бренды дестинаций: подходы и применение. Коллективная монография / В.Э. Гордин, Ю.Г. Трабская. — СПб.: Левша-Санкт-Петербург, 2014. — 208 с
9. Кертис, Дж. Специи — это душа карри / Дж. Кертис // Журнал «Коммерсантъ Weekend», № 44 (190), 12.11.2010
10. Линькова, А.А. Современные тенденции в организации гастрономических туров / А.А. Линькова, А.Г. Максименко // Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. – 2015. – Т. 1, № 1. – С. 209-213.
11. Нехаева, Н.Е. Гастрономический туризм как перспективное направление развития регионов России / Н.Е. Нехаева, Ю.С. Терехова // Естественные и математические науки в современном мире: сб. ст. по матер. XXXIV междунар. науч.-практ. конф. № 9(33). – Новосибирск: СибАК, 2015
12. Чудновский, А.Д Менеджмент туризма : учебник / А. Д. Чудновский, Н. В. Королев, Е.А. Гаврилова, М. А. Жукова, Н. А. Зайцева. — М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. — 576 с.
13. Александрова, А.Ю. Статистика туризма : учебник [Электронный ресурс] / А.Ю. Александрова, Е.А. Соболева, Д.А. Цапук — М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. — 464 с. Режим доступа: https://www.russiatourism.ru/data/File/news_file/2014/ALEXANDROVA_Statistika.pdf
14. Александрова, А.Ю. Международный туризм : учебник [Электронный ресурс] / А.Ю. Александрова — 2 е изд. перераб. и доп. — М. : КНОРУС, 2013. — 351 с. Режим доступа: http://tourlib.net/books_tourism/aleks.htm
15. Аналитическое агентство «ТурСтат» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://turstat.com/>

16. Ассоциация гастрономического туризма России [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://xn--80ag3bh.xn--p1ai/>
17. Ассоциация по развитию туризма в штате Западная Австралия [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.tourism.wa.gov.au>
18. Ассоциация рестораторов Хабаровского края [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.restorator27.com/>
19. Альянс независимых специалистов гастрономического туризма Онтарио [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://ontarioculinary.com>
20. Всемирная ассоциация гастрономического туризма (The World Food Travel Association) [Электронный ресурс]. - Режим доступа: www.worldfoodtravel.org
21. Всемирная туристская организация (UNWTO) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www2.unwto.org/>
22. Гостиница «Интурист» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://intour-khabarovsk.ru/>
23. Драчева, Е.Л. Гастрономический туризм: современные тенденции и перспективы [Электронный ресурс] / Драчева Е.Л., Христов Т.Т. // Рос. регионы: взгляд в будущее. - 2015. - № 3. – 12 с. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/gastronomicheskiy-turizm-sovremennyye-tendentsii-i-perspektivy>
24. Журнал о путешествиях “Travel Ask” [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://travelask.ru>
25. Китайская академия общественных наук [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://eng-lish.cas.cn/>
26. Кулинарная студия «Вкус жизни» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://vkusdv.ru/>
27. Нагорняк, Т. Л. Брендинг территории как вектор политики [Электронный ресурс] // Информационно-гуманитарный портал «Знание. Понимание. Умение». 2013. № 4 (июль — август). Режим доступа: http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2013/4/Nagornyak_Place-Branding/

28. Национальный календарь событий [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://eventsinrussia.com>
29. Некоммерческое партнерство «Объединение международной интеграции в туризме «Мир без границ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.visit-russia.ru>
30. Нехаева, Н. Е., Терехова Ю. С. Понятие гастрономического туризма и его роль в брендинге территорий [Электронный ресурс] // Огарев-online. – 2016. – №1. – Режим доступа: <http://journal.mrsu.ru/>
31. Отель «Аванта» 3* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://hotel-avanta.ru/>
32. Официальный сайт Администрации Приморского края и органов исполнительной власти Приморского края [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.primorsky.ru/>
33. План развития гастрономического туризма Уэльса. «The Food Tourism Action Plan for Wales 2015 – 2020» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://gov.wales>
34. Пельменная «Ложки-Плошки» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://lozhkiploshki.ru/>
35. Прогулочные теплоходы в Хабаровске ООО «Беркут» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.farvater27.ru/index.php/home/m75teplohod>
36. Ресторан дальневосточной региональной кухни «Port Cafe» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://port-cafe.ru/menuyu>
37. Ресторан русской кухни «Гусь-Карась» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vl.ru/gus-karas>
38. Статистика // Федеральное агентство по туризму РФ 2015 <http://www.russiatourism.ru/contents/statistika>
39. Свободная энциклопедия «Википедия» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/>
40. ТАСС. Информационное агентство России [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://tass.ru/obschestvo/5010584>

41. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики в Приморском крае. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://primstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/primstat/ru/statistics/
42. Тихоокеанский туристический союз [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://prta.pro/>
43. Толковый словарь английского языка [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.lexiconoffood.com>
44. Туристско-информационный центр Приморского края [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nbcrs.org/tic/info/89>
45. Управление федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Хабаровскому краю [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://27.rospotrebnadzor.ru/tsoyuz/sanregion/propusk/>
46. Урядова, А.В. Специальные виды туризма [Электронный ресурс] / Урядова А.В., Савин Д.А. // учебное пособие. Ярославль: ЯрГУ им. П. Г. Демидова, 2013. – 100 – 102 с. Режим доступа: <https://www.twirpx.com/file/1895518/>
47. Усадьба «Вавилово» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://usadbavavilovo.ru/>
48. Шпенькова, К. С. Условия развития гастрономического туризма в России и в мире [Электронный ресурс] / Шпенькова К. С., Сычева В. О. // Концепт. - 2014. - № 07 Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/usloviya-razvitiya-gastronomicheskogo-turizma-v-rossii-i-v-mire>
49. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/
50. Hamarneh I Local gastronomy as a prerequisite of food tourism development in the Czech Republic // Marketing & Management of Innovations, 2017, Issue 2, p15-25. 11p.
51. Petrovska I Language standards of the gastronomic offer // Conference: Conference: XIII International Scientific Conference on Service Sector INSCOSES 2016, At Ohrid, Macedonia, 2016. – p. 3.

Приложение А

Анкета

Уважаемый респондент!

Студентка ДФВУ кафедры сервиса и туризма благодарит Вас за согласие участвовать в исследовании, проводимом с целью создания нового туристского продукта. Вы можете быть уверены, что информация, полученная от Вас, является конфиденциальной. Отметьте ответ, который Вы считаете наиболее правильным.

1. Ваш пол:

- муж
- жен

2. Ваш возраст:

- 18-25
- 26-30
- 31-45
- 46-64
- старше 64

3. В какой сфере Вы работаете (или ваши родители)?

- государственный служащий
- специалист коммерческого предприятия
- топ-менеджер (руководитель)
- учитель
- врач
- преподаватель
- научный работник, сферы образования
- работник культуры
- предприниматель
- домохозяйка
- пенсионер
- безработный
- иная сфера деятельности

4. Любите ли Вы путешествовать?

- да
- нет

5. С кем Вы обычно путешествуете?

- один
- с семьей
- с мужем/женой/парнем/девушкой
- с другом/друзьями
- другое

6. В какое время года Вы предпочитаете отдыхать?

- зима
- весна
- лето
- осень

7. Где Вы предпочитаете проживать во время путешествия?

- отель 3*

- отель 4*
- отель 5*
- хостел
- другое _____

8. Каким видом транспорта Вы предпочитаете путешествовать?

- самолет
- поезд
- автобус
- автомобиль

9. Что для Вас имеет значение при выборе транспорта (отметьте значимость каждого варианта)?

	не имеет значения	желательно	обязательно
быстрота перемещения			
ценовой фактор			
удобства при путешествии (питание, туалет)			
комфортные условия для сна			
возможность увидеть окрестности			
возможность делать остановки			

10. Какая продолжительность тура для Вас наиболее привлекательна?

- 2-3 дня
- 5 – 7 дней
- 14 дней
- более 14 дней

11. Посещали ли Вы Дальний Восток России в качестве туриста?

- да
- нет

12. Путешествовали ли Вы по Транссибирской магистрали?

- да
- нет

13. Хотели бы Вы совершить поездку на поезде по Транссибирской магистрали?

- да
- нет

14. Какие города Дальнего Востока Вы посещали в качестве туриста?

- Благовещенск
- Биробиджан
- Владивосток
- Комсомольск-на-Амуре
- Магадан
- Петропавловск-Камчатский
- Хабаровск
- Южно-Сахалинск

- Якутск
- другой город _____

15. Какие города Дальнего Востока Вы бы хотели посетить в качестве туриста (возможно, повторно)?

- Благовещенск
- Биробиджан
- Владивосток
- Комсомольск-на-Амуре
- Магадан
- Петропавловск-Камчатский
- Хабаровск
- Южно-Сахалинск
- Якутск
- другой город _____

16. С какой целью Вы бы хотели посетить Дальний Восток России (отметьте значимость каждого варианта)?

Цель	не интересуется	интересует	интересует прежде всего
посмотреть достопримечательности			
попробовать местную кухню			
получить медицинские услуги (лечение зубов и т.п.)			
активные занятия спортом			
познакомиться с местными продуктами питания			
посетить театр оперы и балета			
совершить покупки одежды/украшений/техники/мебели			
посетить развлекательные центры/зоопарки/аквапарки			
научиться готовить блюда русской кухни			
научиться готовить традиционные дальневосточные блюда			
посетить казино			
посетить местные рестораны и кафе			
посетить ночные клубы и бары			

17. Какую сумму Вы могли бы потратить на поездку:

- до 1500 юаней
- от 1500 до 2500 юаней
- от 2500 до 3500 юаней
- от 3500 до 4500 юаней
- свыше 4500 юаней

Спасибо за участие!

Приложение Б

Систематизация опроса респондентов из Индии и Республики Корея

Вопрос	Количество ответов		Процент, %	
	Индия	РК	Индия	РК
1. Ваш пол:				
Муж	10	13	38	65
Жен	16	7	62	35
2. Ваш возраст:				
18-25 лет	26	9	100	45
26-30 лет	-	4	-	20
31-45 лет	-	7	-	35
46-64 лет	-	-	-	-
Старше 64 лет	-	-	-	-
3. В какой сфере Вы работаете (или ваши родители)?				
Государственный служащий	1	2	4	10
Специалист коммерческого предприятия	-	2	-	10
Топ-менеджер (руководитель)	3	4	12	20
Учитель	4	1	15	5
Врач	8	1	31	5
Преподаватель	-	2	-	10
Научный работник, сферы образования	1	2	4	20
Работник культуры	7	2	27	10
Предприниматель	3	2	12	10
Домохозяйка	3	3	12	15
Пенсионер	2	2	8	10
Безработный	2	1	8	5
Иная сфера деятельности	12	-	46	-
4. Любите ли Вы путешествовать?				
Да	26	20	100	100
Нет	-	-	-	-
5. С кем Вы обычно путешествуете?				
Один	3	3	12	15
С семьей	3	3	12	15
С мужем/женой/парнем/девушкой	9	6	35	30
С другом/друзьями	11	8	42	40

Вопрос	Количество ответов		Процент, %	
	Индия	РК	Индия	РК
Другое	-	-	-	-
6.В какое время года Вы предпочитаете отдыхать?				
Зима	12	11	46	55
Весна	10	8	38	40
Лето	2	16	8	80
Осень	-	13	-	65
7.Где Вы предпочитаете проживать во время путешествия?				
Отель 3*	5	4	19	20
Отель 4*	13	7	50	35
Отель 5*	-	2	-	10
Хостел	4	7	15	35
Другое	4	-	15	-
8.Каким видом транспорта Вы предпочитаете путешествовать?				
Самолет	6	12	23	60
Поезд	7	3	27	1
Автомобиль	9	5	35	25
Автобус	6	-	23	-
9.Что для Вас имеет значение при выборе транспорта (отметьте значимость каждого варианта)?				
Не имеет значения				
Быстрота перемещения	6	2	23	10
Ценовой фактор	5	4	19	20
Удобства при путешествии (питание, туалет)	5	1	19	5
Комфортные условия для сна	3	10	12	50
Возможность увидеть окрестности	5	9	19	45
Возможность делать остановки	10	14	38	70
Желательно				
Быстрота перемещения	13	14	50	70
Ценовой фактор	10	7	38	35
Удобства при путешествии (питание, туалет)	16	17	62	85
Комфортные условия для сна	18	7	69	35
Возможность увидеть окрестности	11	10	42	50
Возможность делать остановки	8	4	31	20
Обязательно				

Вопрос	Количество ответов		Процент, %	
	Индия	РК	Индия	РК
Быстрота перемещения	7	4	27	20
Ценовой фактор	11	7	42	35
Удобства при путешествии (питание, туалет)	5	2	19	10
Комфортные условия для сна	5	3	19	15
Возможность увидеть окрестности	10	1	38	5
Возможность делать остановки	8	2	31	10
10.Какая продолжительность тура для Вас наиболее привлекательна?				
2-3 дня	4	2	15	10
5 – 7 дней	17	14	65	70
14 дней	5	4	19	20
Более 14 дней	-	-	-	-
11.Посещали ли Вы Дальний Восток России в качестве туриста?				
Да	-	20	-	100
Нет	26	-	100	-
12.Путешествовали ли Вы по Транссибирской магистрали?				
Да	-	9	-	45
Нет	26	11	100	55
13.Хотели бы Вы совершить поездку на поезде по Транссибирской магистрали?				
Да	24	17	92	85
Нет	2	3	8	15
14.Какие города Дальнего Востока Вы посещали в качестве туриста?				
Благовещенск	-	-	-	-
Биробиджан	-	-	-	-
Владивосток	-	20	-	100
Комсомольск-на-Амуре	-	-	-	-
Магадан	-	2	-	10
Петропавловск-Камчатский	-	-	-	-
Хабаровск	-	5	-	25
Южно-Сахалинск	-	-	-	-
Якутск	-	5	-	25
Другой город	-	2	-	10

Вопрос	Количество ответов		Процент, %	
	Индия	РК	Индия	РК
15.Какие города Дальнего Востока Вы бы хотели посетить в качестве туриста (возможно, повторно)?				
Благовещенск	1	2	4	10
Биробиджан	2	-	8	-
Владивосток	-	6	-	30
Комсомольск-на-Амуре	19	-	73	-
Магадан	2	4	5	20
Петропавловск-Камчатский	11	-	42	-
Хабаровск	10	15	38	75
Южно-Сахалинск	1	8	4	40
Якутск	22	11	87	55
Другой город	24	-	92	-
16.С какой целью Вы бы хотели посетить Дальний Восток России (отметьте значимость каждого варианта)?				
Не интересуется				
Посмотреть достопримечательности	-	4	-	20
Попробовать местную кухню	2	7	8	35
Получить медицинские услуги (лечение зубов и т.п)	3	14	12	70
Активные занятия спортом	17	7	65	35
Познакомиться с местными продуктами питания	10	10	38	50
Посетить театр оперы и балета	2	2	8	10
Совершить покупки одежды/украшений/техники/мебели	5	-	19	-
Посетить развлекательные центры/зоопарки/аквапарки	7	-	27	-
Научиться готовить блюда русской кухни	12	3	46	15
Научиться готовить традиционные дальневосточные блюда	5	10	19	50
Посетить казино	5	2	19	10
Посетить местные рестораны и кафе	5	1	19	5
Посетить ночные клубы и бары	5	2	19	10
Интересует				
Посмотреть достопримечательности	3	10	12	50
Попробовать местную кухню	18	10	69	50
Получить медицинские услуги (лечение зубов и т.п)	23	6	88	30
Активные занятия спортом	5	10	19	50
Познакомиться с местными продуктами питания	14	6	54	30
Посетить театр оперы и балета	4	15	15	75

Вопрос	Количество ответов		Процент, %	
	Индия	РК	Индия	РК
Совершить покупки одежды/украшений/техники/мебели	15	2	58	10
Посетить развлекательные центры/зоопарки/аквапарки	9	17	35	85
Научиться готовить блюда русской кухни	8	16	31	80
Научиться готовить традиционные дальневосточные блюда	13	7	50	35
Посетить казино	11	6	42	30
Посетить местные рестораны и кафе	14	10	54	50
Посетить ночные клубы и бары	15	8	58	40
Интересует прежде всего				
Посмотреть достопримечательности	23	6	88	30
Попробовать местную кухню	6	3	23	15
Получить медицинские услуги (лечение зубов и т.п)	-	-	-	-
Активные занятия спортом	4	3	15	15
Познакомиться с местными продуктами питания	2	4	8	20
Посетить театр оперы и балета	20	3	78	15
Совершить покупки одежды/украшений/техники/мебели	6	18	23	90
Посетить развлекательные центры/зоопарки/аквапарки	10	3	38	15
Научиться готовить блюда русской кухни	6	1	23	5
Научиться готовить традиционные дальневосточные блюда	8	3	31	15
Посетить казино	10	12	38	60
Посетить местные рестораны и кафе	13	9	13	65
Посетить ночные клубы и бары	6	10	23	50
17.Какую сумму Вы могли бы потратить на поездку				
До 240 долларов	14	7	54	35
От 240 до 400 долларов	9	6	36	30
От 400 до 560 долларов	2	4	8	20
От 560 до 725 долларов	1	3	4	15
Более 725 долларов	-	-	-	-

Приложение В

Макет памятного подарка туристу (обертка шоколадной плитки с надписью: «Вкус дальневосточных столиц России» на китайском языке)



Приложение Г
Информационный листок
туристского маршрута «Вкус дальневосточных столиц России»
5 дней / 4 ночи

Вид путешествия: гастрономический тур

Протяженность маршрута: более 1500 км

Продолжительность маршрута: 07.06.2018 г. – 11.06.2018 г.

Основное содержание программы обслуживания в путешествии:

1 день «Вкус города у моря» начинается со встречи в аэропорту г. Владивостока, далее следует трансфер в гостиницу, заселение, дегустационный обед в ресторане дальневосточной региональной кухни, экскурсия в «Музей трепанга» и мастер-класс по приготовлению дальневосточных блюд.

2 день «Медовые пряники и картофельные драники» посвящен посещению старинной русской усадьбы «Вавилово», где туристы смогут научиться расписывать медовые пряники, приготовленные при мастерской усадьбы. Также в этот день туристы попробуют русские вареники впельменной на обед, на ужин – традиционные блюда русской кухни, драники и курник. После ужина туристов ждёт поезд в г. Хабаровск.

3 день «Русские сладости» начинается на железнодорожном вокзале г. Хабаровска, откуда следует трансфер до гостиницы, заселение и отдых, после чего посещает фабрику мороженого, где показан процесс приготовления лакомства и организована его дегустация. После экскурсии на фабрику туристы отправляются на прогулку в одном из крупнейших парков города и пробуют настоящие русские блины на обед. В вечернюю программу входит речная прогулка на теплоходе с ужином на его борту.

4 день «Самое массовое угощение» посвящен посещению самой масштабной выставки-ярмарке края – «Наш выбор 27» и ужину в ресторане региональной кухни «Сопка».

5 день «Кухни народов мира» группа проводит на одноименном фестивале, где соревнуются лучшие рестораторы города. После посещения фестиваля

группа обедает в итальянском ресторане и отправляется в аэропорт для отбытия домой.

Описание посещаемых городов:

Дальний Восток - наиболее удаленная от столицы часть России, это огромное географическое пространство, которое включает в себя крупные регионы России, к которым относятся Хабаровский и Приморский край. Города Хабаровск и Владивосток по праву считаются столицами Дальнего Востока страны, благодаря быстрым темпам развития экономики и социальной сферы, достаточно высокому уровню жизни населения и богатой культуре их жителей и малочисленных народов, населяющих регионы. Природа регионов поражает разнообразием: уссурийская тайга с ее дикими обитателями граничит с холодным Японским морем и его многообразными жителями. Кухня регионов складывается из традиций питания страны и дальневосточной культуры питания, образованной под влиянием природных факторов, традиций коренных малочисленных народностей и близости к странам азиатско-тихоокеанского региона.

В программу обслуживания входит:

Транспорт: трансфер из аэропорта г. Владивостока до места проживания и от места пребывания туристов до аэропорта г. Хабаровска и внутремаршрутные перевозки.

Внутремаршрутные перевозки осуществляются на микроавтобусах среднего класса Mercedes-Benz Sprinter (г. Владивосток) и Hyundai County (г. Хабаровск). Проезд из г. Владивостока до г. Хабаровска на поезд № 001М «Россия» (плацкартный вагон, нижнее место).

Проживание: проживание в г. Владивостоке (07.06 - 08.06) осуществляется в отеле «Аванта» 3* в двухместных номерах первой категории площадью 20 кв.м. с панорамным видом на город. В номере предусмотрены: 2 односпальные кровати, ванная комната с душевой кабиной, сан. узлом, туалетными принадлежностями феном и зеркалом, халат и тапочки, холодильник, чайник, посуда, мини-бар, кондиционер, шкаф-купе, рабочий стол, ЖК телевизор, сейф, беспроводной Интернет (Wi-Fi). Адрес: ул. Гоголя, 41, 690014. Телефон: 8 (423) 240-40-44.

Проживание в г. Хабаровске (09.06 – 11.06) осуществляется в гостинице «Интурист» 3* в двухместных номерах первой категории площадью 17 кв.м.. В номере предусмотрены: 2 односпальные кровати (с ортопедическими матрацами), встроенный шкаф, подставка под багаж, стол журнальный, 2 кресла, телевизор (спутниковое телевидение), холодильник, телефон, кондиционер, посуда, чайник, сан. узел, фен, косметические принадлежности для личной гигиены, беспроводной Интернет (Wi-Fi). Адрес: Амурский бульвар, 2, 680000. Телефон: 8 (4212) 312-313.

Питание: полный пансион (завтрак + обед + ужин)

Ежедневно завтрак (шведский стол) при кафе гостиниц «Аванта» и «Интурист» с 7 до 10 утра. Обед туристам будет предоставлен в предприятиях питания г. Владивостока (ресторан дальневосточной кухни «Port Cafe», пельменная «Ложки-Плошки») и г. Хабаровска (кофейня «Чао-Какао» и итальянский ресторан «Vdrova»).

Ужин туристам будет предоставлен в предприятиях питания г. Владивостока (ресторан русской кухни «Гусь-карась») и г. Хабаровска (ресторан дальневосточной кухни «Сопка») и во время речной прогулки по р. Амур (г. Хабаровск) в баре прогулочного теплохода «Москва 75».

Экскурсионное обслуживание:

В г. Владивостоке: экскурсия в «Музей трепанга», мастер-класс по приготовлению традиционных дальневосточных блюд в кулинарной студии «Вкус Жизни», мастер-класс по росписи пряников в пряничной мастерской при усадьбе «Вавилово»

В г. Хабаровске: экскурсия по фабрике мороженого «Зайца», речная прогулка на теплоходе по р. Амур.

Страховка: Все туристы на время поездки застрахованы от несчастных случаев на сумму 20 000 руб. (в случае наступления страхового случая следует звонить по номеру телефона, указанному на страховом полисе).

Услуги профессиональных гидов-переводчиков

Дополнительно оплачивается: авиабилеты (г. Харбин – г. Владивосток, г. Хабаровск – г. Харбин)

Необходимые документы: паспорт.

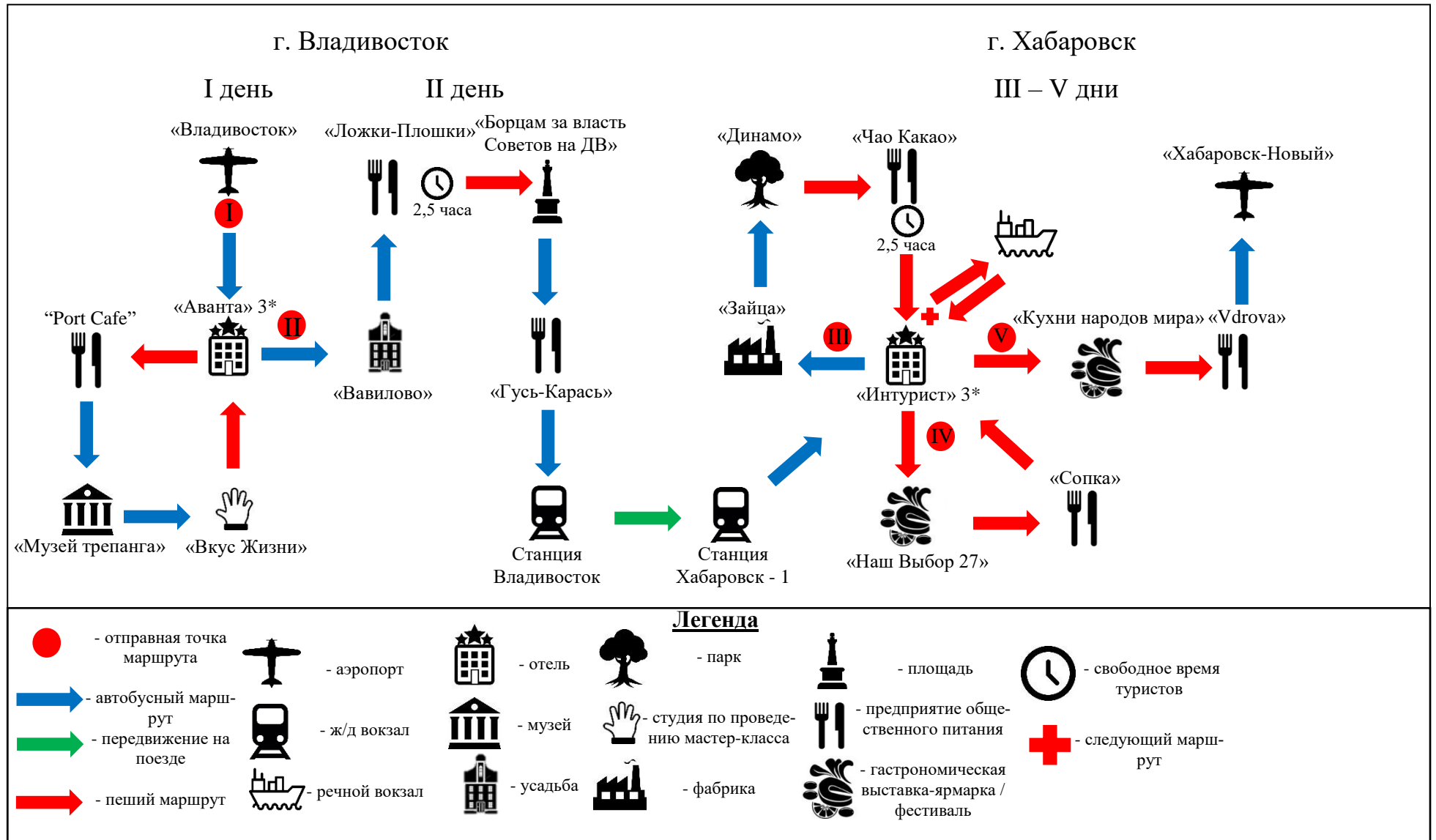
Возрастные ограничения: данный тур предназначен для туристов не младше 7 лет. Возможно участие детей в туре в сопровождении родителей или иных родственников, достигших совершеннолетия.

Иные ограничения: Глухим, слабослышащим, слепым или слабовидящим туристам допускается участие в туре с сопровождающим лицом (о чем следует предупредить туристскую компанию заблаговременно). При наличии аллергической реакции на определенные продукты питания следует уточнить особенности меню перед приобретением тура. Лицам, нуждающимся в лечении и постоянном врачебном наблюдении, путешествовать по туристским маршрутам не рекомендуется

Безопасность: инструктаж по технике безопасности на маршруте, в транспорте, месте проживания проводится ежедневно гидом-переводчиком перед началом путешествия. Выполнение техники безопасности является обязательным условием, как и следование указаниям гида-переводчика. Маршрут тура может быть скорректирован по соображениям безопасности либо иным, независимым от организатора причинам. У гида-переводчика всегда имеется аптечка с набором медикаментов, которые могут пригодиться во время путешествия. Самостоятельно туристу необходимо позаботиться о наличии специфических личных лекарствах.

Приложение Д

Карта-схема туристского маршрута «Вкус дальневосточных столиц России»



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

«Дальневосточный федеральный университет»

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

Кафедра сервиса и туризма

ОТЗЫВ РУКОВОДИТЕЛЯ

на выпускную квалификационную работу студентки Ошаровой Екатерины Константиновны
направление Туризм группы Б1407

Руководитель ВКР к.и.н., доцент Ирина Викторовна Барашок
(ученая степень, ученое звание, и.о. фамилия)

на тему: Разработка гастрономического тура для иностранных туристов
Дата защиты ВКР «25» июня 2018 г.

Актуальность работы. В дальневосточном регионе сложились своеобразные кулинарные традиции, которые можно использовать в качестве туристского ресурса при разработке гастрономических туров. Учитывая растущий интерес иностранных туристов к гастрономическим изыскам и своеобразие дальневосточной кухни разработка гастрономического тура является актуальной.

Достоинства работы: Цель и задачи соответствуют выданному заданию. Автор проработала большой объем теоретического материала, что позволило хорошо структурировать материал, логично выстроить выводы по главам. Хороший стиль изложения.

В практической части работы дано определение гастрономического феномена «Дальневосточная кухня» и выделены его компоненты. Проведено достаточно глубокое маркетинговое исследование среди иностранных туристов из КНР, Республики Кореи и Индии.

В процессе подготовки ВКР автором продемонстрировано владение специальными знаниями, навыками исследовательской работы, умение использовать различные источники информации, обобщать, анализировать материал и делать выводы.

В перспективе материалы работы могут быть использованы в практической деятельности турфирм.

Бакалаврская работа соответствует требованиям, предъявляемым к выпускным квалификационным работам, требованиям ГОСТ, образовательным и научным стандартам.

Недостатки и замечания: Существенных недостатков нет

Степень оригинальности текста: 97%

Заключение: заслуживает высокой оценки и присвоения квалификации бакалавра

по направлению «Туризм».

Руководитель ВКР к.и.н., доцент
(уч. степень, уч. звание)


(подпись)

И.В. Барашок
(и.о. фамилия)

«18» июня 2018 г.