

УДК 338.48

DOI: 10.26140/anie-2020-0903-0032

## РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ ПУТЕВОДИТЕЛЯ ПО ПРЕДПРИЯТИЯМ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В ИСТОРИЧЕСКОМ ЦЕНТРЕ ГОРОДА ВЛАДИВОСТОКА

© 2020

SPIN-код: 6020-9940

AuthorID: 506970

**Шеметова Елена Васильевна**, старший преподаватель,  
кафедра туризма и экологии

**Жмуйдин Илья Александрович**, бакалавр,  
кафедра туризма и экологии

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса  
(690014, Россия, Владивосток, ул. Гоголя, 41, e-mail: uho000@mail.ru)*

**Аннотация.** В настоящее время туризм в г. Владивостоке развивается крайне быстрыми темпами. Город с каждым годом посещает всё большее количество российских и иностранных туристов, и в связи с этим всё острее возникает необходимость в грамотном информационном обеспечении гостей города. Важнейшим информационным инструментом в туризме является туристский путеводитель. Так как индустрия общественного питания является одной из важнейших составляющих индустрии туризма, от уровня услуг питания зависит общее впечатление гостей города от оказываемых услуг в городе Владивосток. С помощью гастрономического путеводителя станет возможным стимулировать внимание туристов к конкретным видам кухонь, предприятиям, гастрономическим фестивалям и праздникам, а также оградить их от предприятий с низким уровнем предоставляемых услуг, способных испортить общее впечатление о городе в целом. Выбор территории исторического центра как зоны, которая будет описана в будущем гастрономическом путеводителе, объясняется тем, что эта часть Владивостока обладает наибольшей туристской привлекательностью.

**Ключевые слова:** туризм, региональный туризм, справочное издание, туристский путеводитель, гастрономический путеводитель, гастрономический туризм, услуги питания, индустрия общественного питания, предприятия общественного питания, г. Владивосток.

## DEVELOPMENT OF A CONCEPT OF A GUIDEBOOK FOR PUBLIC CATERING ENTERPRISES IN THE HISTORICAL CENTER OF VLADIVOSTOK

© 2020

**Shemetova Elena Vasilievna**, senior lecturer, Department  
of Tourism and ecology

**Zhmujdin Il'ya Aleksandrovich**, bachelor of the Department  
of Tourism and Ecology

*Vladivostok State University of Economics and service  
(690014, Russia, Vladivostok, Gogol str., 41, e-mail: uho000@mail.ru)*

**Abstract.** Nowadays, tourism in Vladivostok is developing at highly excessive rate. The city is visited by an increasing number of Russian and foreign tourists every year, thus there is an urgent need to provide exact information about the city to the tourists. The most important information tool in tourism is a guide book. The catering industry is one of the most important part of the tourism industry, providing quality food services can greatly contribute to the tourists overall impression of provided services in Vladivostok. With the help of the gastronomic guide book, it will be possible to stimulate the attention of tourists to specific types of cuisines, enterprises, gastronomic festivals and holidays, as well as protect them from enterprises with a low level of services that can spoil the overall impression of the city as a whole. The choice of the territory of the historical center as a zone, which will be described in the future gastronomic guide book, is explained by the fact that this part of Vladivostok has the greatest tourist attractiveness.

**Keywords:** tourism, regional tourism, reference book, tourist guide, restaurant guide, gastronomic tourism, food services, catering industry, catering services, Vladivostok.

### ВВЕДЕНИЕ

*Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами.*

Предприятия питания являются неотъемлемой частью туристской индустрии. В сфере туризма, общественное питание рассматривают не только как простую потребность человека в еде, но и как важный элемент развлечения и познания местной культуры, в частности гастрономии. Национальная кухня является одним из элементов культуры любой нации и имеет четкие отличительные признаки. Традиции и культура питания разных народов и даже местностей часто очень своеобразна и многогранна, и поэтому привлекательна для туристов. Для некоторых туристов национальная кухня сама по себе является мотиватором для совершения путешествия.

Рынок услуг общественного питания в городе Владивосток имеет существенные отличия от других регионов страны в силу того, что Владивосток является портовым пограничным городом с активно продвигаемым правительством имиджем европейского города в Азии. Именно поэтому рынок общественного питания во Владивостоке крайне разнообразен. Региональная кухня Дальнего Востока, национальная русская, различные азиатские, а также другие кухни повсеместно пред-

ставлены различными предприятиями общественного питания, которые и являются объектами интереса со стороны туристов.

Для дальнейшего устойчивого развития туризма в городе Владивосток, необходимо развивать его региональную кухню как бренд, и продвигать его среди гостей города. Непосредственно для успешного продвижения кухни как бренда нужно развивать информационное обеспечение туризма. Одним из важнейших информационных ресурсов для индустрии туризма являются информационные справочные издания, в частности путеводители.

*Анализ последних исследований и публикаций.*

Общие аспекты, касающиеся туристских путеводителей и их использования, рассматриваются в работах А.А. Кузнецовой [1], А. Абдулхаковой [2], М.А. Жулиной [3], Ю.Н. Розановой [4], А.А. Булгаковой [5] и других. Данные работы связаны с историей возникновения туристских путеводителей, методиками разработки концепции путеводителя, использованием путеводителя как средством продвижения туристского объекта. В работах акцентируется роль туристского путеводителя в развитии туризма, отмечается что путеводитель способен влиять на продвижение объектов туристского интереса. Что касается аспектов разработки непосредственно га-

строномических путеводителей, то данная тема авторами практически не поднимается. А.Ш. Салимова в своей работе заостряет внимание на проблеме плохой проработанности существующих гастрономических путеводителей, однако только в рамках республики Крым [6].

Несмотря на малую освещенность проблематики разработки гастрономических путеводителей, некоторое их количество существуют и используются в различных российских городах. В настоящий момент существует крайне мало российских ресторанных путеводителей. Одним из них является ресторанный гид «Spoon Guide: 100 лучших ресторанов Москвы». Отличительной чертой данного путеводителя является то, что Spoon не использует систему оценок предприятий питания – рестораны расположены в алфавитном порядке [7].

Ещё одним печатным российским ресторанным путеводителем является печатный гид «ТОП 100 Ресторанов Петербурга» от коммуникационного и медиа агентства «Антенна». Осенью 2016 года издание стало официальным печатным гидом «Санкт-Петербургского ресторанного фестиваля». Гид выходит при поддержке Комитета по развитию туризма Санкт-Петербурга и распространяется в Туристических центрах Городского Туристско-информационного бюро, ресторанах участниках фестиваля, а также в лучших ресторанах, барах кафе, бутиках, отелях и на мероприятиях города. Оценка предприятий питания происходит посредством проведения премии «ТОП 100 Ресторанов Петербурга» [8].

Также свой ресторанный путеводитель под названием «Lemon Guide» есть и у российского аналитического ресурса о ретейле, торговой недвижимости и ресторанном бизнесе, компании «MarketMedia». Первое печатное издание их гида в данный момент находится в разработке, однако путеводитель уже существует в электронном формате. Гид «MarketMedia» предназначен для жителей Санкт-Петербурга и гостей города. Оценка предприятий питания проходит в формате экспертной оценки [9].

#### Актуальность.

По информации аналитического агентства «ТурСтат» в пятерку самых популярных у иностранных туристов городов на 2019 год вошли следующие города: Москва, Санкт-Петербург, Сочи, Казань и Владивосток [10]. Соседство со странами АТР положительно сказывается на динамике роста туристского потока. В отличие от общероссийского показателя прирост числа иностранных туристов, прибывших в Приморский край с 2014 по 2018 год, составил 83,5% [11].

По данным Агентства по туризму Приморского края в 2019 году количество иностранных туристов, посетивших Приморский край показало положительную динамику и составило более 941 тысячи туристов. Прирост составил почти 21% относительно 2018 года [12]. Основную долю туристов, за счет которых и растет число въездных поездок, составляют граждане Китая, Кореи, Японии и других стран Юго-Восточной Азии (таблица 1). Кроме того, значительно выросли турпотоки из Индии, Индонезии, КНДР, США, Канады и Австралии.

Таблица 1 – Количество иностранных поездок в Приморский край за 2017-2019 гг., в тыс. чел.

Страна	2017	2018	2019
Китай	420	382	456
Республика Корея	100	245	299
Япония	18	28	34
Всего иностранных поездок	640	780	941

Согласно представленным данным самые крупные показатели посещаемости Приморского края принадлежат китайским и корейским туристам. По сравнению с 2017 годом, число туристских поездок граждан Китая, Южной Кореи и Японии в 2019 году совокупно выросли на 47 %. Таким образом, наблюдается положительная динамика посещения Приморского края туристами данных стран.

Исходя из данной информации можно сделать вы-

вод о активном развитии отрасли туризма в Приморском крае, что в свою очередь вызывает необходимость в разработке и использовании туристских путеводителей

**Формирование целей статьи.** Целью статьи является разработка концепции путеводителя по предприятиям общественного питания в историческом центре города Владивостока.

**Постановка задания.** В соответствии с поставленной целью в статье поставлены задачи: определить структуру рынка и кулинарную специализацию предприятий общественного питания г. Владивостока; определить исторический центр г. Владивостока; определить критерии, формирующие концепцию гастрономического путеводителя.

#### МЕТОДОЛОГИЯ

**Используемые методы, методики и технологии.** В статье использованы общенаучные методы научных исследований.

#### РЕЗУЛЬТАТЫ

**Изложение основного материала исследования с полным обоснованием полученных научных результатов.** Согласно данным Федеральной службы государственной статистики в настоящее время на территории Приморского края насчитывается 2282 предприятий питания: рестораны, кафе и бары - 767 объектов; столовые и закусочные- 771 объект; столовые, находящиеся в учебных заведениях и промышленных предприятиях- 744 объекта. Из общего числа предприятий питания Приморья, более 700 объектов, это рестораны, кафе и бары города Владивостока [13].

Согласно анализу, данных представленных на сайте VL.ru [14], структура рынка общественного питания во Владивостоке по итогам 2019 года выглядит следующим образом: предприятия быстрого питания занимают 4% от всех точек общественного питания во Владивостоке, кофейни занимают 15%, рестораны – 9%, кафе – 37%, бары – 6%, столовые – 5%, пит-стопы – 11%; доставка блюд – 5%, прочие предприятия питания – 8%.

Исходя из проведенного анализа можно сделать вывод, что среди всех предприятий в процентном соотношении также лидируют предприятия экономичного ценового сегмента. Кафе имеют самый крупный процент среди всех предприятий питания. Также можно выделить стабильно развивающийся сегмент доставок еды. В связи с пандемией коронавируса, выпавшей на начало 2020 года, и мер принимаемых правительством для ограничения передвижения граждан, включающих в себя временное закрытие залов предприятий питания, предприятия, специализирующиеся на доставке еды сейчас как никогда востребованы, что в дальнейшем только усилит их рост. Пит-стопы и в общем количестве предприятий питания имеют довольно крупный процент присутствия, по причинам, приведённым выше.

Проведенный анализ систематизированных предприятий питания позволил определить процентное соотношение кулинарных специализаций среди предприятий питания Владивостока: смешанная кухня (фьюжн) – 36%; европейская кухня – 16%; фаст-фуд и стрит-фуд – 15%; паназиатская (китайская, корейская, вьетнамская, японская и т.д.) кухня – 13%; среднеазиатская и кавказская (армянская, грузинская, узбекская, и т.д.) – 10%; русская кухня – 7%; рестораны морепродуктов и дальневосточная кухня –3%.

Также заметно небольшое увеличение популярности русской кухни, однако оно совсем незначительное и представлено по большей части различными столовыми и другими предприятиями экономичного ценового сегмента. В данный момент большой интерес представляет «дальневосточная кухня». Предприятий, специализирующихся на данной кухне в городе относительно малое количество, однако они имеют определенный спрос со стороны туристов, которые хотят изучить гастрономию дальневосточного региона России.

Россия, находясь на стыке двух континентов, сме-

шала в себе разные культуры, симбиоз Азии и Европы сформировал национальные культурные особенности. Многонациональность Российской Федерации и ее этническое разнообразие дает уникальную возможность для развития гастрономического туризма и формирования уникального бренда [15,16]. Приморский край с кулинарной точки зрения — это симбиоз традиций различных народов. По различным историческим причинам на Дальнем Востоке вместе сосуществовали русские, украинцы, корейцы, татары, китайцы и другие народы. Все вместе они сформировали уникальную дальневосточную кухню. Одна из главных особенностей кухни региона определяется приморским месторасположением. Большинство гостей города стремятся попробовать тут рыбу и морские деликатесы такие как: мидии, кальмар, трепанг, кукумарию и т.д. Кроме морских деликатесов кухня Дальнего Востока выражается в сильном влиянии азиатских кухонь, а особенно корейской и китайской [17].

Несмотря на то что заведений с дальневосточной кухней в данный момент относительно мало, с 2016 года существуют ресторанные фестивали, которые посвящены различным блюдам и продуктам дальневосточной кухни. Данные фестивали проводятся во множестве ресторанов г. Владивостока. По данным администрации города, наибольший интерес у туристов вызывает гастрономия в целом и гастрономические фестивали, и праздники, культурные мероприятия. В дни проведения событийных мероприятий прирост турпотока составляет минимум 30% к соседним датам [18]. Благодаря подобным фестивалям туристы и жители региона могут попробовать различные блюда дальневосточной кухни. Данные фестивали организуются командой проекта по развитию дальневосточной кухни «Pacific Russia Food», в списке проводимых ими фестивалей и мероприятий значатся: фестиваль корюшки, фестиваль дальневосточных мидий, проект «Рыбный день», фестиваль гребешка «На гребне!», фестиваль тайги «Taigafest», фестиваль «Держи краба!» [19]. Подобные мероприятия призваны развивать и продвигать бренд дальневосточной кухни на международный рынок.

В условиях подобного динамичного развития индустрии питания в частности, и туризма во Владивостоке в целом, появляется необходимость в широком использовании информационных ресурсов для гостей города. Одними из важнейших информационных ресурсов для индустрии туризма являются информационные справочные издания, в частности путеводители.

Справочное издание» согласно ГОСТ 7.60-2003 СИБИД «Издания. Основные виды. Термины и определения» — это издание, содержащее краткие сведения научного или прикладного характера, расположенные в порядке, удобном для их быстрого отыскания, не предназначенное для сплошного чтения [20]. К справочным изданиям в сфере туризма относятся прежде всего путеводители.

Путеводитель — это справочное издание, печатного, электронного или аудиовизуального формата, содержащее в себе сведения, касающиеся объектов туристского интереса, и направленное на информирование туристов о конкретных объектах или местностях.

Непосредственно гастрономический путеводитель — это информационное издание для туристов, содержащее в себе сведения о региональной и национальной кухнях, отдельных блюдах характерных для данной местности, гастрономических турах, лучших предприятиях питания и других местах гастрономического интереса.

Гастрономические путеводители, условно можно разделить на несколько типов:

1) гастрономическая карта. Это своего рода путеводитель в виде карты, позволяющий ориентироваться в кухнях разных стран;

2) винный путеводитель. Путеводитель по маршрутам, связанным с виноделием;

3) ресторанный гид. Путеводитель содержащий информацию о ресторанах и иных предприятиях питания, которые могут быть объектом интереса у туристов;

4) кулинарный гид. Содержит информацию о блюдах характерных для местности и предприятиях где их можно попробовать.

Такой вид туристского путеводителя как гастрономический существует достаточно давно и имеет более чем вековую историю. За время своего существования гастрономический путеводитель успел завоевать большую популярность в западных странах, где представлен различными его видами, выпускаемыми разными компаниями и издательствами. Тем не менее в России гастрономические путеводители появились не так давно, около 30 лет назад. В силу своего недавнего появления в России, гастрономические путеводители еще не успели snискать свою популярность и представлены крайне малым количеством печатных и интернет изданий. В основном российские путеводители касаются только Москвы и Санкт-Петербурга, практически не затрагивая регионы страны.

Несмотря на то, что существует большое количество различных видов путеводителей, методика их разработки всегда остается примерно одинаковой и включает в себя несколько основных этапов:

- разработка концепции;
- сбор информации;
- структурирование информации;
- разработка оформления;
- издание.

Однако перед непосредственной разработкой концепции гастрономического путеводителя необходимо установить границы территории, в рамках которой путеводитель и будет создан. Для установления рамок исторического центра необходимо использовать метод наложения исторических карт.

На карте города от 1918 года опубликованной «Young Men's Christian Association» (Юношеская христианская ассоциация) [21] заметно явное разделение города на исторический центр или старый город, и прилегающие районы. Исторический центр обозначен буквой А. Методом наложения карты 1918 года на современную карту города Владивостока можно получить точные границы исторического центра города (рис. 1).



Рисунок 1 – Наложение карты 1918 года на современную карту города

На основе всей представленной выше информации можно сделать вывод что исторический центр включает в себя Океанский проспект (до конца Покровского парка), Партизанский проспект (до конца Покровского парка), Нерченскую, Алеутскую, Авроровскую, Октябрьскую, Переулок Павленко, Мордовцева, прапорщика Комарова, Уборевича, Пологую, Аксаковскую, Фонтанную, Батарейную, Пограничную, Тигровую, 1-ю Морскую, Семеновскую, Суханова, Луцкого, адмирала Фокина, Светланскую (до пересечения с Ивановской), Петра Великого, Набережную, Посыетскую, Верхнепортовую, Лейтенанта Шмидта, Бестужеву, Корабельную набережную, Набережную Цесаревича, Пушкинскую, Володарского, Шкипера Гека, Баневура, Дальзаводскую, Лазо и т.д.

При создании путеводителя в первую очередь необходимо разработать его концепцию. При разработке концепции путеводителя в первую очередь нужно



учесть его функциональное назначение, читательский адрес и характер информации которую необходимо разместить. Концепция призвана уточнить типологические параметры будущего издания, раскрывать его замысел, задачи, общие принципы подбора и организации материала. Разработка концепции издания требует особой тщательности и конкретности. Необходимо учитывать множество факторов, таких как читательские потребности, экономические и иные ресурсы издательства. Определение целевого назначения и читательского адреса издания – ключевой момент в разработке концепции, так как от этого будет зависеть принцип подбора и подачи материала. Читательский адрес является определяющей категорией в планировании издательского проекта.

Далее необходимо разработать методы сбора информации и подбора предприятий питания для дальнейшего размещения в путеводителе.

Что касается определения читательского адреса. Сама концепция гастрономического путеводителя, предполагает ориентацию на самостоятельных туристов. Согласно концепции, путеводитель должен служить источником справочной информации о предприятиях питания, для гостей и жителей города. Так как путеводитель будет содержать предприятия различных категорий, с различным средним чеком, им смогут пользоваться туристы различных категорий.

Создание гастрономического путеводителя по историческому центру города Владивостока будет включать в себя этапы, представленные выше. Каждый из данных этапов связан структурно и логически со всеми компонентами издания, что в будущем позволит получить уникальный качественный печатный туристский продукт.

В основе концепции будущего гастрономического путеводителя по историческому центру Владивостока лежит несколько составляющих: лаконичность, полезность информации, легкость изготовления и распространения. При разработке концепции издания учитывались следующие критерии (таблица 2).

Таблица 2 – Критерии концепции гастрономического путеводителя по историческому центру Владивостока

Целевое назначение	Краткий гастрономический путеводитель
Читательский адрес	Внутренние и внешние туристы, в возрасте от 18 лет, с низким и средним уровнями дохода, мужчины и женщины
Информационная составляющая	Краткость, доступность предоставленной информации и лаконичность
Оформление	Бюджетный вариант в виде брошюры

При создании данного путеводителя необходимо будет уделить особое внимание его составу. Одним из главных критериев его составления будет наличие удобной системы навигации для поиска необходимой пользователю информации. Предполагается произвести выборку предприятий питания на основе пользовательских оценок с различных интернет ресурсов (Trip Advisor, 2GIS, VL.RU, Google, Яндекс) позволяющих оценивать услуги предприятий общественного питания. Критериями для выбора предприятий общественного питания с целью включения в путеводитель будет среднее число, вычисленное на основе оценок пользователей с пяти интернет ресурсов (далее «Средняя оценка»), названных выше и числа отзывов на заведение оставленных гостями на тех же интернет сайтах.

В рамках разработки концепции, путеводитель предполагается выпустить в виде брошюры. Брошюрой называют текстовое книжное издание, объемом от 4 страниц до 48 страниц. Такой компактный тип издания как брошюра позволяет брать его с собой, он может легко умещаться в руке, в сумке или кармане.

Также особое внимание предполагается уделить региональной дальневосточной кухне и ее продвижению среди гостей города. Необходимо упомянуть о всех го-

родских гастрономических фестивалях и заведениях, в которых они проводятся. Планируется привлечь организаторов данных мероприятий и совместно разработать систему скидок для гостей, воспользовавшихся данным путеводителем. Завершить разработку путеводителя и выпустить первое пробное печатное издание в одном экземпляре планируется к июлю 2020 года. Для продвижения путеводителя среди гостей города планируется привлечь АНО «Туристско-информационный центр Приморского края» и воспользоваться их каналами распространения туристской справочной информации.

**Выводы исследования.** Масштабное развитие туризма в России и Приморском крае порождает необходимость в его информационном обеспечении, в частности создании туристских путеводителей, которые подразделяясь на множество различных типов являются важным и удобным источником справочной информации для туристов о регионе или местности их пребывания. Однако разработка туристского путеводителя является сложным многоэтапным процессом, требующим специфических знаний и определенных ресурсов, несмотря на то, что технология разработки для любого путеводителя остаётся одинаковой. Осложняет такую разработку и отсутствие нормативной и теоретической баз. Что касается непосредственно гастрономического путеводителя, то их рынок в России, в отличие от стран Западной Европы, развит крайне слабо. Всего единицы гастрономических путеводителей поддерживаются государственными структурами, занимающимися развитием туризма, а те что поддерживаются, охватывают только Москву и Санкт-Петербург, практически не касаясь регионов. Также в данный момент нет информации о существовании подобных путеводителей, которые касались бы Приморского края и Владивостока, в частности.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Кузнецова А.А. Российский опыт составления туристического путеводителя // Научные исследования. 2017. № 3. С.29-31.
2. Абдулхакова А. Путеводитель как средство отражения и продвижения туристского объекта // Мир искусств: Вестник Международного института антиквариата. 2016. № 1 (13). С. 48-54.
3. Жулина М.А., Кильгмшова М.С. Специфика разработки путеводителя как основного справочно-информационного издания в туризме // Озарёв-Online. 2014. №18 (32). С. 1-6.
4. Розанова Ю.Н. Путеводитель как жанр туристического дискурса: диахронический аспект // ИСОМ 2014. №5. С. 281-285.
5. Булгакова А.А. Особенности разработки концепции путеводителя [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tsutmb.ru/payk>
6. Салимова А.Ш. Актуальность разработки гастрономического путеводителя по республике Крым/ А.Ш. Салимова // География, экология, туризм: Научный поиск студентов и аспирантов. – 2019. – №1. – С. 215-218
7. Ресторанный гид Spoon Guide [Электронный ресурс] // Spoon Guide. – Режим доступа: <http://spoonguide.ru/>
8. Печатный гастрономический гид по Петербургу [Электронный ресурс] // Antena Daily. – Режим доступа: <https://antennadaily.ru/luchshie-restorany-kafe-bary-peterbur/>
9. Как в России появился Lemon Guide [Электронный ресурс] // Market media. – Режим доступа: <https://marketmedia.ru/media-content/kak-v-rossii-poyavilsya-restoranny-gid/>
10. Самые посещаемые города и регионы России 2019 [Электронный ресурс] // Аналитическое агентство «ТурСтат», 2019. – Режим доступа: <http://turstat.com/toptravelrussia-city2019>
11. Шестаков К.В., Гомилевская Г.А., Ден В.Г. Современные подходы к исследованию состояния и тенденций развития въездного туризма на национальном и региональном уровнях (на примере Приморского края) // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2019. Т.11. № 3 С. 7-24
12. Новый рекорд по иностранному турпотоку установили в Приморье [Электронный ресурс] // Официальный сайт администрации Приморского Края. – Режим доступа: <https://www.primorsky.ru/news/182827/>
13. Шеметова Е.В., Ден В.Г. Потенциал предприятий питания г. Владивостока в формировании гастрономического туризма региона // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2019. Т.11. № 3. С. 94-104
14. Рестораны Владивостока [Электронный ресурс] // Сайт «VL.ru». – Режим доступа: <https://www.vl.ru/>
15. Гомилевская Г.А., Ден В.Г. Модель взаимодействия образовательного учреждения и предприятий туристского бизнеса (на примере Владивостокского государственного университета экономики и сер-

виса, г. Владивосток) // Балтийский гуманитарный журнал. 2019. Т. 8. № 3 (28). С. 32-36.

16. Гомилевская Г.А., Ден В.Г. Экологическое образование молодежи средствами туристско-краеведческой деятельности // Азимут научных исследований: педагогика и психология. 2018. Т. 7. № 4 (25). С. 76-79.

17. Гастрономический мир Приморья [Электронный ресурс] // Сайт «DvLand», информационное агентство ТАСС Дальний восток. – Режим доступа: <https://dv.land/territory/gastronomicheskii-mir-primorya>

18. Константин Шестаков: Наибольший интерес у туристов в Приморье вызывают фестивали и праздники [Электронный ресурс] // Официальный сайт администрации Приморского Края. – Режим доступа: <https://www.primorsky.ru/news/169990/>

19. Дальневосточная кухня [Электронный ресурс] // Pacific Russia Food. – Режим доступа: <https://pacificrussiafood.ru/>

20. ГОСТ 7.60-2003 СИБИД. Издания. Основные виды. Термины и определения [Электронный ресурс] // Официальный сайт «Все ГОСТы». – Режим доступа: <http://vsegost.com>

21. Старые карты городов России [Электронный ресурс] // Сайт «ЭтоМесто». – Режим доступа: <http://www.etomesto.ru/>

Статья поступила в редакцию 12.05.2020

Статья принята к публикации 27.08.2020