

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
Амурский государственный университет
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

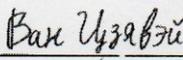
Факультет международных отношений
Кафедра международного бизнеса и туризма
Направление подготовки 43.04.02 – Международный туризм
Направленность (профиль) образовательной программы – Международный туризм

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
И.о. зав. кафедрой
 В.В. Ульянова
« 20 » июня 2023 г.

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

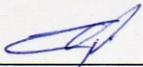
на тему: Гастрономический туризм в Харбине (КНР): современная ситуация и перспективы развития

Исполнитель
студент группы 134-ом


(подпись, дата)

Ван Цзявэй

Руководитель
доцент, к.г.н.


(подпись, дата)

С.В. Феоктистов

Руководитель
магистерской программы


(подпись, дата)

С.В. Феоктистов

Нормоконтроль


(подпись, дата)

О.В. Шпак

Рецензент
доцент, к.э.н.


(подпись, дата)

А.В. Плешивцев

Благовещенск 2023

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет международных отношений
Кафедра международного бизнеса и туризма

УТВЕРЖДАЮ

И.о. зав. кафедрой

 В.В. Ульянова
И.О. Фамилия

« 1 » апреля 2023 г.

ЗАДАНИЕ

К магистерской диссертации (проекту) студента Ван Цзявэй

1 Тема магистерской диссертации (проекта) Гастрономический туризм в Харбине (КНР):
Современная ситуация и перспективы развития

(утверждено приказом от 21.02.2023 № 442-уч)

2 Срок сдачи студентом законченной диссертации (проекта) 10.06.2023 г.

3 Исходные данные к магистерской диссертации (проекту): учебная литература, статьи,
данные из сети Интернет

4 Содержание магистерской диссертации (проекта) (перечень подлежащих разработке
вопросов):

1. Теоретические основы культурно-познавательного туризма

2. Основные тенденции и проблемы развития культурно-познавательного туризма в
провинции Хэйлунцзян (КНР)

3. Проектирование нового гастрономического тура в город Харбин (КНР) и его
обоснование

5 Перечень материалов приложения: (наличие чертежей, таблиц графиков, схем,
программных продуктов, иллюстрированного материала и т.п.)

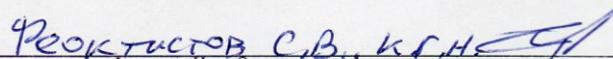
Нет

6 Консультанты по магистерской диссертации (проекту) (с указанием относящихся к ним
разделов)

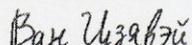
нет

7 Дата выдачи задания 01.04.2023

Руководитель магистерской диссертации


Фамилия, Имя, Отчество, ученая степень, ученое звание

Задание принял к исполнению (дата): 01.04.2023


(подпись студента)

РЕФЕРАТ

Магистерская диссертация содержит 55 с., 4 таблицы, 29 источников

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА, ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ, ИНДУСТРИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ. ПРОВИНЦИЯ ХЭЙЛУНЦЗЯН (КНР), ХАРБИН, ПРОЕКТИРОВАНИЕ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРА

Магистерская диссертация написана на тему: Гастрономический туризм в Харбине (КНР): современная ситуация и перспективы развития

Объект исследования – гастрономический туризм в городе Харбине (КНР)

Цель работы: анализ туристско-рекреационных ресурсов и туристского продукта гастрономического туризма в Харбине (КНР)

Методы исследования: описательный, аналитический.

В данной магистерской диссертации были изучены теоретические аспекты гастрономического туризма как неотъемлемой части культурно-познавательного туризма, и основных тенденций его развития на северо-востоке КНР, в частности на территории города Харбина. Выявлены наиболее активно используемые дестинации гастрономического туризма Харбина и предложения на туристском рынке по посещению данных дестинаций. С учетом всех собранных и изученных материалов, был разработан новый гастрономический тур в город Харбин, ориентированный как на китайских, так и на российских туристов.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1. Теоретические основы культурно-познавательного туризма	8
1.1. Основные понятия. Интеграция туризма и общественного питания	8
1.2. Положительный опыт развития гастрономического туризма как компонента культурно-познавательного туризма в Китае	13
2. Индустрия общественного питания и туристические ресурсы Харбина	18
2.1. Модель развития туризма в Харбине	18
2.2. Туристические ресурсы Харбина	19
2.3. Текущая ситуация в сфере общественного питания и кулинарная культура Харбина	21
2.4. Гастрономические и культурные особенности кухни Харбина	24
2.5. Основные проблемы интеграции общественного питания и туризма в Харбине и пути их решения	28
3. Разработка гастрономических туров по территориям провинции Хэйлуцзян (КНР)	33
3.1. Туристический маршрут «Яркие и вкусные впечатления Муданьцзяна» и его экономическое обоснование	33
3.2. Трехдневный маршрут «Познаем кухню Харбина» и его экономическое обоснование	39
3.3. Обобщение результатов исследования	46
Заключение	50
Библиографический список	53

ВВЕДЕНИЕ

С экономической глобализацией и повышением уровня жизни людей индустрия туризма и общественного питания стала неотъемлемой частью городской экономики. Как две взаимозависимые отрасли, гастрономический туризм стал тенденцией промышленного развития за счет взаимной интеграции с другими сопутствующими отраслями, в том числе с индустрией общественного питания и пищевой промышленностью. Индустрия туризма постепенно перешла от традиционного живописного туризма к культурно-познавательному и промышленному туризму, делая упор на эмпирический, культурный и персонализированный туризм, а культура питания как раз соответствует благодаря своей уникальной исторической культуре и региональным особенностям.

Харбин является важным экономическим и культурным центром на севере Китая, а также на стыке провинций Цзилинь и Хэйлунцзян. Индустрия общественного питания в Харбине имеет долгую историю, и развитие индустрии общественного питания началось, когда Харбин был открыт как речной порт. В сегодняшнюю эпоху индустрия общественного питания Харбина постепенно трансформируется в диверсифицированную, высококачественную, экологически чистую новую модель развития общественного питания, и в то же время она также способствует развитию индустрии туризма Харбина в соответствии с местными условиями.

Харбин имеет богатые туристические ресурсы и уникальную культуру питания, такую как Солнечный остров, река Сунгари, Центральная улица, здания в русском стиле и т. д., а также множество деликатесов, сочетающих в себе различные этнические особенности, такие как русский хлеб, красная колбаса, рисовый пирог и т.п. Индустрия туризма и общественного питания Харбина может не только способствовать развитию местной экономики, но, что более важно, может повысить популярность Харбина и создать бренд города.

Однако индустрия общественного питания и индустрия туризма Харбина сталкиваются со многими проблемами на пути интеграции и развития. Как повысить уровень обслуживания в сфере общественного питания и предоставить качественные услуги общественного питания для индустрии туризма; как развивать туристические ресурсы и способствовать развитию индустрии туризма; как эффективно продвигать и наследовать культуру питания; как преодолеть порог между индустрия общественного питания и индустрия туризма, а также как добиться взаимной выгоды для обеих сторон в процессе интеграции и развития? В связи с этим изучение развития гастрономического туризма в Харбине видится очень актуальным.¹

В данном исследовании будут обсуждаться проблемы и вызовы, с которыми столкнулась индустрия общественного питания и туризма Харбина в процессе комплексного развития, и предложены соответствующие меры и предложения по решению проблем, чтобы предоставить информацию для комплексного развития индустрии общественного питания Харбина и развития гастрономического туризма.

Таким образом, цель данного исследования – анализ туристско-рекреационных ресурсов и туристского продукта гастрономического туризма в Харбине (КНР)

Для достижения цели были поставлены следующие основные задачи:

- 1) изучение теоретических основ культурно-познавательного туризма;
- 2) анализ основных тенденций развития гастрономического туризма в Северо-Восточном Китае;
- 3) анализ турпродукта гастрономического туризма в городе Харбине (КНР);
- 4) разработка нового гастрономического тура в город Харбин (КНР) для китайских и российских туристов.

¹ Чжао Цзяшэнь. Инновация формы обучения специалистов по управлению туризмом на фоне «Интернет + туризм» на примере Харбинского гастрономического туризма / Чжао Цзяшэнь // Пограничная экономика и культура. – №1. – 2019. – С.23-27

Объект исследования – гастрономический туризм в городе Харбине (КНР)

Предмет исследования – основные тенденции развития и пути совершенствования турпродукта гастрономического туризма в Харбине.

Методологической базой данного исследования явились научные труды китайских исследователей экономистов, а также аналитические материалы по изучаемому региону.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА

1.1 Основные понятия. Интеграция туризма и общественного питания

С растущим спросом на высококачественные туристские услуги и трансграничную интеграцию индустрии общественного питания в условиях глобализации, отношения между индустрией туризма и общественного питания становятся все более тесными. Исследования показали, что индустрия общественного питания является важной частью индустрии туризма. С одной стороны, развитие туризма может способствовать росту индустрии общественного питания, а с другой стороны, развитие индустрии общественного питания также может обеспечить лучшие услуги и опыт для индустрии туризма. Поэтому углубленное исследование взаимосвязи между туризмом и индустрией общественного питания имеет большое значение для укрепления и содействия развитию туризма и индустрии общественного питания.

В Китае многие ученые проводили соответствующие исследования по вопросам интеграции и развития индустрии общественного питания и индустрии туризма. Например, Лю Чжуанши и другие изучили режим и механизм взаимодействия индустрии общественного питания и туризма в статье «Обсуждение режима взаимодействия индустрии общественного питания и индустрии туризма», а также обсудили возможности и проблемы комплексного развития индустрии общественного питания. два. Кроме того, Го Лань из Шэньчжэньского университета обсудил управление ресурсами в рамках комплексного развития индустрии туризма и общественного питания в «Исследовании по управлению ресурсами в рамках комплексного развития индустрии туризма и общественного питания», а также рассмотрена роль индустрии общественного питания в ресурсном обеспечении.

В зарубежных странах проводится много смежных исследований. Например, Тимоти Х. О'Нил из Университета Саванны в США рассматривает

определение, рыночные возможности и проблемы гастрономического туризма в статье «Расцвет гастрономического туризма: стратегическая рыночная возможность». Кроме того, Маргарет Кастель из Великобритании проанализировала текущую ситуацию и будущее глобального гастрономического туризма в статье «Туризм для гурманов: популярная форма туризма».

В целом ученые в стране и за рубежом начали проводить некоторые исследования интеграции и развития индустрии общественного питания и туризма. Однако из-за различных углов и глубин исследования остается еще много проблем, требующих решения. Таким образом, на основе исследований предшественников, в этом исследовании будут глубоко изучены отношения между индустрией общественного питания Харбина и туризмом, проанализирована ее текущая ситуация и существующие проблемы, а также предложены контрмеры и предложения по решению проблем, чтобы продвигать индустрию общественного питания Харбина в интеграционном взаимодействии с туристским продуктом.

С быстрым развитием туризма роль индустрии питания в туризме становится все более важной. В настоящее время режим развития индустрии общественного питания в основном делится на два вида: автономные инновации и внедрение внешних моделей.²

Режим автономных инноваций относится к развитию индустрии общественного питания на основе первоначального фундамента, посредством технологических инноваций, управленческих инноваций и рыночных инноваций и других аспектов реформы.

С одной стороны, с точки зрения технологических инноваций, индустрия общественного питания может улучшить качество и сорт своей продукции и повысить свою конкурентоспособность путем разработки новых блюд и технологий общественного питания. Например, используя сочетание

² Чжоу Ли. Исследования по развитию культуры питания и туристических ресурсов в Харбине / Чжоу Ли // Китайская национальная выставка. – №1. – 2018. – С. 70-76

традиционных методов и современных технологий для создания новых блюд, которые лучше отвечают рыночному спросу.

С другой стороны, с точки зрения управленческих инноваций, индустрия общественного питания может повысить эффективность и экономическую выгоду предприятий за счет повышения уровня обслуживания, оптимизации распределения ресурсов и совершенствования процессов управления. Например, создание научной системы управления, стандартизация стандартов обслуживания и формулирование разумных ценовых стратегий для привлечения большего числа потребителей.

Внедрение внешних моделей означает использование передовых международных технологий и опыта для усиления развития индустрии общественного питания путем внедрения специальных блюд и моделей управления.

С одной стороны, в плане внедрения специальных блюд, индустрия общественного питания может привнести больше свежих элементов и вдохновения для обогащения и расширения ассортимента продукции предприятий, опираясь на международную культуру общественного питания и особенности блюд. Например, Харбин может использовать культуру общественного питания России, Японии и других стран и сочетать ее с местными особенностями, чтобы создать бренд кухни с местными особенностями.³

С другой стороны, в плане внедрения моделей управления, индустрия общественного питания может изучить модели управления и опыт всемирно известных предприятий, чтобы улучшить операционные возможности и уровень управления предприятий общественного питания. Например, изучение эффективных моделей управления зарубежных предприятий общественного питания для повышения конкурентоспособности и доли рынка предприятий общественного питания.

³ Фэн Лухан Исследование космической стратегии российского фуд-туризма в Харбине / Фэн Лухан. – Харбин: Харбинский технологический институт, 2014. – 51 с.

В целом, будь то самостоятельные инновации или внедрение внешних моделей, предприятия должны обладать сильными возможностями технологических исследований и разработок, возможностями развития рынка, а также определенным опытом управления и эксплуатации, чтобы постоянно содействовать развитию индустрии общественного питания.

Туризм и индустрия общественного питания являются важными составляющими индустрии услуг и тесно связаны между собой. В процессе туризма качество услуг индустрии общественного питания напрямую влияет на удовлетворенность туристов и впечатления от туризма, а туристы также стали важной группой потребителей индустрии общественного питания. Поэтому взаимосвязь между туризмом и индустрией общественного питания становится все более тесной.⁴

Во-первых, развитие туризма обеспечило огромный рыночный спрос для индустрии общественного питания. Поскольку туризм продолжает развиваться, туристы путешествуют все чаще и чаще, спрос на услуги общественного питания в туристических местах также растет, что обеспечивает обширное рыночное пространство для индустрии общественного питания. В то же время развитие туризма способствовало трансформации и модернизации индустрии общественного питания, чтобы она больше соответствовала потребностям туристов, а продвижение туризма также предоставило возможности для создания бренда индустрии общественного питания.

Во-вторых, индустрия общественного питания также сыграла положительную роль в содействии развитию туризма. Развитие индустрии общественного питания не только обеспечивает туристов качественными услугами питания, но и придает новый импульс развитию туризма. С одной стороны, благодаря развитию туризма культура питания стала одним из ключевых элементов туристических направлений, а хорошая еда и услуги общественного питания стали важным фактором привлечения туристов. С другой сторо-

⁴ Чен Дунмэй. Туристические ресурсы и культура питания в провинции Хэйлунцзян / Чен Дунмэй, Хань Шаосинь // Изобретение и инновации (профессиональное образование). – №5. – 2019. – С. 68-72

ны, развитие индустрии общественного питания также предоставляет важные дополнительные услуги для развития туризма, а повышение качества услуг общественного питания в туристических дестинациях также способствует тому, что у туристов складывается лучшее впечатление о дестинации.

В целом, взаимосвязь между туризмом и ресторанным бизнесом имеет решающее значение для развития туристических дестинаций. В городе Харбин интеграция туризма и ресторанного бизнеса также вступила в фазу быстрого развития. С быстрым развитием туризма и ресторанного бизнеса в Харбине, взаимосвязь между ними становится все более тесной, взаимоукрепляющей и взаимозависимой. Поэтому в развитии индустрии общественного питания и туризма в городе Харбине важно сосредоточиться на комплексном развитии этих двух отраслей и постоянно повышать уровень услуг общественного питания и туристического опыта, чтобы способствовать синергетическому развитию индустрии туризма и общественного питания.

Немаловажную роль в развитии культурно-познавательного туризма играет также интеграция индустрии культуры и туризма. В процессе такой интеграции индустрия культуры должна стимулировать новый прогресс в новых областях, продвигать новые отрасли с новыми событиями и проводить фестивали гастрономии и туризма в эпоху коммерциализации средств массовой информации.

Интегрированное развитие обеих отраслей необходима, и подразумевает решение новых проблем современной индустрии туризма и культуры, использование новых возможностей в организации событийного туризма, закладку основ для проведения фестивальных мероприятий в эпоху средств массовой информации, реализацию пропагандистской стратегии культурных и местных гуманитарных мероприятий. В соответствии с характеристиками практико-направленного маркетинга в эпоху коммерческих средств массовой информации, за основу берется ориентирование на клиента, удовлетворение информационных потребностей потребителей, подчеркивая не только мест-

ное экономическое и социальное развитие, но и становление фестивальных гастрономических мероприятий как точек роста новой модели развития.

1.2. Положительный опыт развития гастрономического туризма как компонента культурно-познавательного туризма в Китае

Рассмотрим успешный опыт развития гастрономического туризма в КНР на примере Международного фестиваля гастрономического туризма в городе Чэнду. С 26 октября по 2 ноября 2004 года в Чэнду прошел первый Международный фестиваль гастрономического туризма, состоящий из основного места проведения и нескольких дополнительных мест. Чтобы провести первый фестиваль, соответствующие подразделения города Чэнду с июля провели предварительную работу по подготовке к отоплению, один за другим правительственные, коммерческие предприятия, средства массовой информации и другие организации провели церемонию открытия, французский фейерверк – музыкальный вечер, гастрономическую неделю в специальных кварталах, международную гастрономическую выставку, фотонеделью гастрономических тем и более 10 проектных мероприятий, в частности, «Сычуаньская кухня становится глобальной», «Сычуаньская кухня и Пекинская декларация» и другие мероприятия, способствующие развитию бренда «Поесть в Чэнду», распространяющегося по всей стране.⁵

Самым масштабным является Чэндуский международный фестиваль кухни Panda, который состоялся в 2019 году и был посвящен цели содействия обмену и совместному прогрессу между различными культурами в Азии, подчеркивая международный, культурный и массовый характер. В то же время он подчеркнул, что «люди, питающиеся химическими веществами», «люди с культурой», в полной мере мобилизуют широкое участие населения Китая и азиатских стран, содействуют культурным обменам и сближению между Китаем и азиатскими странами, укрепляют идентичность всех стран с

⁵ Сюй Цичжун. Исследование деятельности фестивалей гастрономического туризма в эпоху СМИ на примере Международного фестиваля гастрономического туризма в Китае (Чэнду) / Сюй Цичжун // Западное эфирное телевидение. – №2. – 2022. – С. 43-46

китайской культурой, превращают мероприятия в культурные мероприятия по развитию культуры Тяньфу, продвижению китайской цивилизации и содействию диалогу между цивилизациями в Азии.

Крупномасштабные деловые связи, специфичные гастрономические мероприятия, привлекли широкое внимание основных средств массовой информации в стране и за рубежом, в дополнение к освещению в основных средствах массовой информации, используя онлайн - трансляцию, большой экран на открытом воздухе, внутренний экран ресторана, настольные плакаты, баннеры, флаги, оформленные рекламой двери и т. д. Для проведения всесторонней и трехмерной рекламы. Пропаганда, охватывающая весь мир, не только вновь сфокусировала мировое внимание на «гастрономической столице» Чэнду, но и еще больше повысила репутацию и международное влияние города Чэнду. Основными способами пропаганды фестиваля являются:

1. Пропаганда общего имиджа фестиваля гастрономического туризма. Единообразная печать логотипа фестиваля гастрономического туризма, плакатов и других рекламных материалов, участвующие подразделения для размещения и публикации, чтобы создать хорошую праздничную атмосферу.

2. Информационно - пропагандистская работа с информационными ресурсами средств массовой информации. Приглашаются основные средства массовой информации на всех уровнях, а также порталы и т. д. Проводятся рекламные репортажи о культуре питания в Чэнду, тематических мероприятиях фестиваля гастрономии и туризма и рекламных мероприятиях по продвижению продуктов питания, выпекая «Юань»

3. Музыкально – гастрономическая. Весь город принимает участие "в атмосфере фестиваля гастрономического туризма. Рекламные ролики фестиваля гастрономического туризма прокручиваются на светодиодных экранах

высокой четкости в оживленных районах центрального города, а телевидение и новые СМИ также следуют за рекламой.⁶

Подготовка рекламных материалов для мероприятий фестиваля гастрономического туризма также играет решающую роль его осуществлении. Рекламные материалы данного фестиваля включали «Руководство по кухне Чэнду», специальный выпуск Фестиваля гастрономии и туризма, рекламный ролик Фестиваля гастрономии и сувениры Чэндуской кухни для мониторов и телевидения, в котором особое внимание уделено историческому происхождению культуры питания Чэнду, а также рекламные полиграфические материалы, посвященные следующим темам: «Столица мировой кухни» Чэндуский ресторан, знаменитые блюда, названия, шеф-повара, знаменитый банкет и старый фирменный бренд питания. Информация о фестивале гастрономии туризма распространяется по городу через тематическую гастрономическую карту, специальный журнал, а также баннеры в аэропорту, на автобусной станции, на пирсе. Для звездных отелей, торговых центров и пешеходных гастрономических улиц такие материалы предоставляются бесплатно.

Организация мероприятий с участием общественности. Через уличное управление, сообщество собирает семейные конкурсы, которые любят еду, любят готовить еду, демонстрируют лучшие блюда, рассказывают семейные истории, пропагандируют и продвигают фестиваль гастрономического туризма, повышают его популярность.

Также в процессе подготовки Чэндуского фестиваля гастрономического туризма была организована информационная кампания для жителей Чэнду за рубежом с помощью социальных программ. Во время фестиваля было начато мероприятие «Скучаю по вкусу родного города», чтобы поощрить и привлечь зарубежных туристов, чтобы выразить свои мысли о родной кухне

⁶ Сюй Цичжун. Исследование деятельности фестивалей гастрономического туризма в эпоху СМИ на примере Международного фестиваля гастрономического туризма в Китае (Чэнду) / Сюй Цичжун // Западное эфирное телевидение. – №2. – 2022. – С. 43–46

и культуре Тяньфу через различные формы, такие как Weibo, круг друзей и видео.⁷

Фестиваль гастрономии и туризма не только стал одним из крупных международных фестивалей брендов с высокой известностью и большим влиянием в Чэнду, но и внес важный вклад в ускорение процесса модернизации и интернационализации Чэнду, широкий маркетинг имиджа города Чэнду как «гастрономической столицы» и содействие ускоренному многократному развитию индустрии общественного питания, туризма и других услуг.

На фоне пандемии коронавируса фестиваль гастрономического туризма стал эффективным средством повышения доверия потребителей. Пандемия коронавируса оказала определенное влияние на мировое экономическое развитие, индустрия общественного питания и туризм пострадали от беспрецедентного ущерба. В настоящее время риск распространения агрегированных вспышек все еще существует, а потребление в сфере общественного питания и туризма по-прежнему наполнено неопределенностью. Руководство города Чэнду полностью осознает, что «эпидемию необходимо предотвратить, экономика должна быть стабильной, развитие должно быть безопасным».

Контрмеры, предпринятые руководством города Чэнду по окончании пандемии коронавируса для восстановления гастрономического туризма, включают стимулирование восстановления доверия на рынке, содействие жизнеспособности рынка, содействие восстановлению туристической индустрии и рынка общественного питания. Проведение фестиваля гастрономического туризма, несомненно, является эффективным средством привлечения потребления местных и иностранных туристов, с одной стороны, а с другой стороны, гастрономические ресурсы Чэнду, гастрономическая культура, спо-

⁷ Сюй Цичжун. Исследование деятельности фестивалей гастрономического туризма в эпоху СМИ на примере Международного фестиваля гастрономического туризма в Китае (Чэнду) / Сюй Цичжун // Западное эфирное телевидение. – №2. – 2022. – С. 43–46

способствуют формированию бренда для экспорта, улучшению общей репутации и влияния города на организацию таких ежегодных мероприятий.⁸

⁸ Сюй Цичжун. Исследование деятельности фестивалей гастрономического туризма в эпоху СМИ на примере Международного фестиваля гастрономического туризма в Китае (Чэнду) / Сюй Цичжун // Западное эфирное телевидение. – №2. – 2022. – С. 43–46

2. ИНДУСТРИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ И ТУРИСТИЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ ХАРБИНА

2.1. Модель развития туризма в Харбине

Туризм – это индустрия, ориентированная на людей, на услуги, и модель развития туризма является основой для развития туризма. Распределение туристических сезонов и разнообразие видов туризма влияют на выбор модели развития туризма. По данным Всемирной туристской организации (ВТО), существует три типа моделей развития туризма в зависимости от местоположения и сектора: первая – это модель туристической опоры, вторая – модель диверсификации туризма и третья – модель специализированного туризма. Эти модели также постепенно меняются в зависимости от культурного и социального развития.

Модель развития туризма в городе Харбин может представлять собой комбинацию отраслевой модели туристического столпа и модели специализированного туризма, чтобы способствовать развитию индустрии общественного питания и продвижению культуры питания. Во-первых, город Харбин обладает богатыми туристическими ресурсами, основанными на его уникальном географическом положении, климате и культурной атмосфере. Среди этих ресурсов кулинарная культура Харбина занимает важное место и может стать опорной отраслью туризма.

В рамках модели туристического столпотворения город Харбин может использовать преимущества своего уникального географического положения и климатических условий для объединения туризма и индустрии общественного питания, используя местные блюда и кухни в качестве туристических ресурсов для привлечения большего числа туристов. В то же время, чтобы улучшить взаимодействие между туризмом и индустрией общественного питания, город Харбин может продвигать свою культуру питания на более широкий рынок, организуя такие мероприятия, как фестивали еды и гастрономические фестивали.

Модель специализированного туризма подразумевает использование уникальных туристических ресурсов региона, создание соответствующей им индустрии туризма, а также продвижение и развитие туристических продуктов с местными особенностями.⁹ Город Харбин может принять эту модель, объединив культуру питания и туристические ресурсы для формирования туристических продуктов с местными особенностями, например, используя северо-восточную ледовую и снежную культуру Харбина и богатые ресторанные ресурсы для проведения туров по ледовой и снежной кухне, еды в Харбине и других туристических продуктов для привлечения более широкого круга посетителей, чтобы испытать вкус и уникальный шарм ледовых и снежных деликатесов.¹⁰

В целом, Харбин может сочетать модель индустрии туризма и модель специального туризма для продвижения культуры питания, культивирования и консолидации богатых туристических ресурсов, содействия развитию общественного питания и туризма, а также продвижения туристической индустрии Харбина в направлении качества, эффективности и устойчивого развития.

2.2. Туристические ресурсы Харбина

Харбин - известный туристический город на севере Китая, и туризм занимает важное место в экономическом развитии, основываясь на его богатых природных, гуманитарных и исторических ресурсах. Развитие и использование туристических ресурсов является ключом к развитию туризма в городе Харбин. Данная глава посвящена развитию и использованию туристических ресурсов в городе Харбин.

Харбин расположен в бассейне реки Сынхуа и благословлен природным ландшафтом и климатическими условиями. В городе есть пять крупных парков и пять крупных водно-болотных парков, множество природных жи-

⁹ У Дуньин. Сравнительное исследование развития ледового и снежного туризма в Харбине и Чанчуне / У Дуньин, Чжао Ябо // Теория науки. – №7. – 2022. – С.66-68

¹⁰ Се Фей. Исследование маркетинговой стратегии индустрии ледового и снежного туризма в Харбине / Се Фей // Исследования промышленных инноваций. – №6. – 2023. – С.101-103

вописных зон и заповедников, в том числе Земля гармонии на китайско-российской границе, Хэйлунцзянский парк снега и льда Бэйдахуан и Хэйлунцзянский национальный заповедник Бацзихэ. Развитие и использование этих природных туристических ресурсов является важным средством развития туризма в Харбине.

Благодаря охране и преобразованию природных ландшафтов, город Харбин превратил природные ресурсы в туристические ресурсы. Например, в Харбине много парков и пешеходных улиц, по которым туристы могут гулять и делать покупки. Харбинское производство снега с помощью снеговых пушек, лыжи и ледовые виды спорта также являются уникальными туристическими ресурсами, которые привлекают в город множество отечественных и зарубежных гостей.

Будучи центром торговли и культуры в Северо-Восточном Китае, Харбин имеет долгую историю культуры и фольклора. В Харбине много исторических зданий и объектов культурного наследия, включая Мемориальную башню по борьбе с наводнениями, Софийский собор, Харбинский лесопарк северо-восточных тигров, культурный квартал железной дороги Харбин Хада и мечеть. Развитие и использование этих историко-культурных туристических ресурсов оказало важную поддержку развитию туризма в Харбине.

В процессе развития и использования историко-культурных туристических ресурсов город Харбин уделяет особое внимание охране культурного наследия и инновационному развитию на этой основе. Например, город разработал такие туристические проекты, как "Окно в Харбин" с использованием исторических зданий, таких как Мемориальная башня по борьбе с наводнениями и Святая София, что позволяет посетителям глубже понять историю и культуру Харбина.

Специальные компоненты турпродукта Харбина также являются важной частью его туристических ресурсов. Среди них лед и снег, а также продукты питания являются наиболее представительными продуктами Харбина. То, как Харбин использует эти специальные компоненты турпродукта для

развития туризма, может продемонстрировать уникальный имидж Харбина и увеличить доходы от туризма.

Что касается снега и льда, то знаменитый Фестиваль льда и снега является представителем ледового и снежного туризма в Харбине, который ежегодно привлекает большое количество посетителей. Харбин также разработал целый ряд проектов в области ледового и снежного туризма, таких как катание на лыжах, изготовление снега и ледяное искусство, которые обогащают впечатления посетителей от города.¹¹

Что касается кухни, то Харбин привлекает многих гостей города своими уникальными вкусами и богатым разнообразием блюд. Известные кухни Харбина включают харбинскую красную колбасу, харбинское пиво, русские блюда и северо-восточную фермерскую кухню. Эти блюда удовлетворяют вкусы туристов, а также дают им возможность лучше понять культурный фон Харбина.

В целом, развитие и использование туристических ресурсов является ключом к развитию туризма в Харбине. Всестороннее и детальное исследование и развитие туристических ресурсов Харбина позволит эффективно повысить конкурентоспособность туристической индустрии города и будет способствовать интеграции туризма и общественного питания.

2.3 Текущая ситуация в сфере общественного питания и кулинарная культура Харбина

Харбин, являясь экономическим центром Северо-Восточного Китая, представляет собой диверсифицированный город с широким спектром культур и кухонь, а также является известной кулинарной столицей Северного Китая. Благодаря бурно развивающейся индустрии туризма, индустрия общественного питания Харбина выросла и стала важной частью экономической деятельности города.

¹¹ Чжоу Хайцин. Состояние развития и стратегия развития индустрии ледового и снежного спортивного туризма в моей стране / Чжоу Хайцин // Журнал профессионального колледжа туризма Цзянсу. – №3. – 2020 г. – С.53-54

В последние годы индустрия общественного питания Харбина продолжает расти и развиваться, вступая в фазу быстрого развития. Согласно соответствующим статистическим данным, по состоянию на 2021 год общий доход индустрии общественного питания Харбина достиг 44,29 млрд юаней, увеличившись примерно на 10,2% по сравнению с прошлым годом, из них общий доход общественного питания в городских районах составил 23,81 млрд юаней, увеличившись на 11,3% по сравнению с прошлым годом. Эти цифры свидетельствуют о том, что индустрия общественного питания Харбина переживает период бурного развития.¹²

Помимо роста общего дохода, другие аспекты индустрии общественного питания Харбина также развиваются и улучшаются. С одной стороны, в городе повышаются стандарты безопасности и гигиены продуктов питания, эффективно устраняются некоторые нарушения в работе предприятий общественного питания, растет озабоченность и требования населения к качеству и безопасности продуктов питания; с другой стороны, постепенно появляются харбинские бренды общественного питания, некоторые известные предприятия общественного питания все лучше закрепляются в городе, оказывая мощную поддержку экономическому росту города и занятости населения.

Однако в развитии индустрии общественного питания Харбина есть и некоторые проблемы, в основном в следующих аспектах:

Во-первых, режим развития индустрии общественного питания в Харбине является единым. В настоящее время предприятия общественного питания работают в основном на базе ресторанов и сосредоточены в популярных районах, таких как центральный деловой район города, им не хватает масштаба и дифференцированного развития.

Во-вторых, в индустрии общественного питания Харбина существует нехватка талантов. Индустрия общественного питания – это человекоемкая

¹² Статистический бюллетень Харбинского национального экономического и социального развития за 2018 год. Харбинское статистическое бюро и Харбинская исследовательская группа Национального бюро статистики. [Электронный ресурс]. – 05.05.2019. – Режим доступа: <http://harbin.gov.cn> – 23.05.2023

отрасль, и если не будет хватать квалифицированных кадров, это серьезно ограничит развитие отрасли. В настоящее время все еще существуют определенные трудности в подготовке квалифицированных кадров для индустрии общественного питания в городе Харбин.

Наконец, все еще существует много трудностей в последующей работе и управлении индустрией общественного питания Харбина. По мере развития городской индустрии общественного питания вопросы последующего функционирования и управления становятся все более сложными и трудными. Например, неэффективное управление, нестабильные доходы и высокие затраты требуют дальнейшего решения.

В целом, хотя индустрия общественного питания Харбина развивается, ей все еще необходимо усилить масштаб и дифференцированное развитие, вырастить больше отличных талантов в сфере общественного питания, а также усилить последующую эксплуатацию и управление и т.д., чтобы способствовать более здоровому и устойчивому развитию индустрии общественного питания Харбина.¹³

По мере развития экономики и туристической индустрии, культура питания в Харбине постоянно развивается. В ходе непрерывного развития и изменений характеристики Харбинской гастрономической культуры лучше сохраняются и наследуются.

Кулинарная культура Харбина лучше сохраняется и передается благодаря активному содействию правительства и общества. Правительство наращивает усилия по защите и поддержке традиционных кулинарных навыков, организуя различные мероприятия и конкурсы, чтобы побудить больше людей посвятить себя изучению и сохранению традиционной кухни. Общество также широко участвует в защите и сохранении традиционной культуры питания, внося свой вклад в наследие и развитие культуры питания в Харбине.

¹³ Цуй Лунцян. Развитие культуры питания и содействие развитию туризма в Харбине / Цуй Лунцян. – Харбин: Изд-во Харбинской академии общественных наук, 2015. – 99 с.

Поскольку темпы глобализации продолжают ускоряться, экзотические кухни начинают оказывать влияние на кулинарную культуру Харбина. В Харбине появляется все больше и больше экзотических блюд, и туристы, пробуя экзотические блюда, знакомятся с различными регионами и культурами. Это оказывает давление на существующую культуру питания Харбина, которой необходимо адаптироваться к меняющимся требованиям рынка, внедрять инновации и разрабатывать больше продуктов питания, отвечающих требованиям времени и экономики.

Чтобы лучше развивать гастрономическую культуру Харбина и улучшить ее положение и влияние в индустрии туризма, нам необходимо принять следующие меры:

1. Усилить защиту и преемственность традиционной культуры питания, организовав различные мероприятия и конкурсы, чтобы побудить больше людей посвятить себя изучению и защите традиционной кухни.

2. Усилить изучение и изучение иностранных кухонь, используя достоинства иностранных кухонь для инноваций и развития кухонь, которые в большей степени соответствуют развитию времени и потребностям экономики.

3. Укреплять культурные обмены с другими городами и странами для повышения влияния и конкурентоспособности кулинарной культуры Харбина на мировом уровне

4. Поддерживать развитие пищевой и культурной промышленности Харбина, предоставлять больше инвестиций и поддержки пищевой и культурной промышленности, способствовать более быстрому и качественному развитию пищевой и культурной промышленности Харбина.

2.4. Гастрономические и культурные особенности кухни Харбина

Харбин - известный город на северо-востоке Китая, обладающий богатыми продовольственными ресурсами и уникальной культурой питания. Его уникальный климат и географические особенности определяют виды пищи и способы ее приготовления. В Харбине люди могут попробовать разнообраз-

ные вкусные блюда, включая закуски, основные продукты питания, сладости и многое другое.

С быстрым развитием туризма в Китае, кулинарные и культурные особенности Харбина постепенно стали одним из самых важных факторов в решении туристов посетить город. Харбин обладает богатой и разнообразной кулинарной культурой, наиболее представительной из которых является кухня Северо-Востока. С развитием экономики и продвижением туризма культура питания Харбина также постоянно развивается и изменяется.

Харбин - знаменитый продовольственный город на севере Китая, с богатой и разнообразной культурой питания. Одной из самых представительных кухонь являются фирменные блюда северо-востока. Эти деликатесы вкусны и уникальны и являются отражением уникальной кулинарной культуры Харбина. На формирование и развитие его кулинарной культуры повлияло множество факторов, включая историю, географию, этническую принадлежность и культуру. В кулинарной культуре Харбина преобладает традиционная кухня северо-востока, но в ней также присутствует уникальное сочетание региональных вкусов и международной культуры питания.¹⁴

Главной особенностью кулинарной культуры Харбина являются "деликатесы Цинхэ". Деликатесы Цинхэ происходят из плавательной и лotosовой рек на живописном Солнечном острове Харбина, которые являются материнскими реками города. Плавательная река – одна из самых известных достопримечательностей Харбина "Ледяной город", а Лotosовая река - одна из главных рек города. Деликатесы Цинхэ вызывают всеобщее восхищение своей свежестью, легкостью и полезностью. Знаменитые креветки Цинхэ, копченая рыба Цинхэ и жареная утка Цинхэ отличаются легким вкусом, особенно креветки Цинхэ, которые вкусны, легки и освежающи и очень популярны среди посетителей.

¹⁴ Рецепт хлеба по-русски_Как испечь хлеб по-русски_[Электронный ресурс]. – 13.10.2012. – Режим доступа: <https://home.meishichina.com/recipe-323424.html> – 23.05.2023

Кулинарная культура Харбина также отражается в его уникальной культуре барбекю. Харбинская культура жареного мяса берет свое начало из обычаев пастушеских этносов, но стала чрезвычайно распространенным и важным образом жизни в большом городе Харбине. Культура барбекю в Харбине занимает важное место в сфере самообслуживания, множество ларьков продают жареное мясо не только в закрытых заведениях, но и на улицах и в переулках на улице. Важной особенностью гриля является самообслуживание, когда люди могут выбирать различные части мяса и овощей в соответствии со своими вкусами, самостоятельно нанизывать ингредиенты на шампуры и жарить их на гриле, контролировать время приготовления и наслаждаться процессом и удовольствием от гриля.¹⁵

Представителями кулинарной культуры Харбина также являются свинина в горшочках и большая северо-восточная колбаса. Свинина в горшочке – это приготовленное на пару и затем обжаренное блюдо из свинины с уникальным вкусом, которое любят жители Харбина и еще больше - иностранные гости. Северо-восточная колбаса в большой тарелке – это уникальное блюдо из свиной колбасы и рисовой лапши. Свинина, приготовленная по особым рецептам, обладает нежной текстурой и насыщенным вкусом.¹⁶

Харбинская красная колбаса является одним из самых представительных блюд харбинской кухни и является результатом многовековой истории и культуры Харбина. Эта красная колбаса имеет уникальный вкус и текстуру и изготавливается из постного мяса с добавлением различных специй и вспомогательных ингредиентов, таких как лук, имбирь и чеснок. Процесс производства красной колбасы очень утомителен и требует длительного вяления и пьяного обжаривания, что делает ее сложной в изготовлении. Харбинские

¹⁵ Северная кухня. Харбинский шашлык. Энциклопедия Байду [Электронный ресурс]. – 01.10.2019. – Режим доступа: <https://zhidao.baidu.com/question/1935063065427898627.html> – 23.05.2023

¹⁶ Консервированная свинина. Энциклопедия Baidu [Электронный ресурс]. – 01.10.2019. – Режим доступа: <https://www.douguo.com/caipuzuofa/274322> – 23.05.2023

красные колбасы стали любимыми как среди местных жителей, так и среди туристов благодаря своему уникальному качеству и вкусу.¹⁷

Харбинское барбекю - еще одно очень известное блюдо в Харбине, которое является частью уникальной городской культуры питания. Это очень необычное жаркое, в котором в качестве основного ингредиента используется такое мясо, как баранина, говядина и свинина, а обжаривается оно с такими вспомогательными ингредиентами, как ранний зеленый лук, кориандр, перец горошком и нарезанный имбирь, что делает его очень вкусным. Летом на улицах и в переулках Харбина выстраиваются киоски с барбекю, что делает его отличным местом для посетителей, чтобы попробовать местную кухню.¹⁸

Харбинское пиво - одна из знаменитых марок пива в Китае и важная часть городской культуры питания, которую нельзя игнорировать. Это пиво известно своей насыщенностью и разнообразием вкуса, а процесс его производства очень уникален. Как жители, так и гости Харбина считают дегустацию харбинского пива неотъемлемой частью знакомства с местной кулинарной культурой.¹⁹

Не стоит упускать из виду и хотпот "Ледяной город", который является частью кулинарной культуры Харбина. Зимняя погода в Харбине холодная, поэтому люди предпочитают есть горячие, согревающие горячие горшочки. В городе Харбин преобладают сычуаньские, чунцинские, тайваньские горячие горшки и местные блюда с потрясающим разнообразием вкусов. Когда вы едите горячий горшок в городе Харбин, вы должны попробовать мау хотя бы один раз.

В целом, кулинарная культура города Харбина представляет собой сочетание разнообразия, локализации, истории и культуры. Ее уникальная цен-

¹⁷ Красная колбаса_Энциклопедия Baidu [Электронный ресурс]. – 02.07.2014. – Режим доступа: <https://baike.baidu.com/item/??/10274202?fr=aladdin> – 23.05.2023

¹⁸ Северная кухня. Харбинский шашлык. Энциклопедия Байду [Электронный ресурс]. – 01.10.2019. – Режим доступа: <https://zhidao.baidu.com/question/1935063065427898627.html> – 23.05.2023

¹⁹ Харбинское пиво. Энциклопедия Baidu [Электронный ресурс]. – 13.01.2023. – Режим доступа: <https://baike.baidu.com/item/????/1062236?fr=aladdin> – 23.05.2023

ность и очарование заключаются в уникальном историческом и культурном фоне, что не только привлекает отечественных и иностранных туристов приехать и попробовать ее, но и обогащает культурную коннотацию города Харбина.²⁰

Одним словом, уникальная кулинарная культура Харбина не только богата и разнообразна, но и отличается высоким мастерством приготовления пищи, уникальными особенностями выбора ингредиентов, техники приготовления и вкуса, что привлекает в город не только местных жителей, но и все большее число гостей.

2.5. Основные проблемы интеграции общественного питания и туризма в Харбине и пути их решения

В последние годы индустрия общественного питания и индустрия туризма в Харбине достигли быстрого развития, и индустрия общественного питания стала важной частью индустрии туризма. Однако развитие интеграции между индустрией общественного питания и индустрией туризма все еще сталкивается с некоторыми проблемами и трудностями.

Во-первых, сотрудничество между предприятиями общественного питания и предприятиями туризма недостаточно тесное. Отсутствие эффективных механизмов сотрудничества между туристическими предприятиями и предприятиями общественного питания затрудняет достижение совместного использования ресурсов и взаимной выгоды. Кроме того, предприятия общественного питания не имеют достаточного понимания туристического рынка и не обладают соответствующим опытом и навыками для предоставления блюд и услуг, отвечающих вкусам и потребностям туристов.

Во-вторых, туристическое потребление является дорогостоящим, и для некоторых путешественников бремя потребления еды и напитков является тяжелым. В пик сезона цены на продукты питания и напитки обычно повышаются, что приводит к ограничению покупательной способности туристов,

²⁰ Харбинские старомодные блины с маслом и солью [Электронный ресурс]. – 23.07.2021. – Режим доступа: <https://haokan.baidu.com/v?pd=wisenatural&vid=17648628190902918778> – 23.05.2023

что влияет на развитие индустрии общественного питания и продвижение туризма.

Кроме того, индустрии общественного питания не хватает инноваций, и она не в состоянии удовлетворить потребности туристов. В городе Харбине многие предприятия общественного питания все еще придерживаются традиционной кухни и обслуживания, что затрудняет удовлетворение спроса туристов на новые, уникальные и самобытные блюда и услуги. Кроме того, предприятиям общественного питания не хватает понимания культурных и туристических рынков, и они не могут развивать кухню и общественное питание с местными особенностями, органично интегрированными с развитием туризма.²¹

Наконец, необходимо продолжать совершенствовать управление и уровень обслуживания на предприятиях общественного питания. Качество обслуживания и уровень управления предприятиями общественного питания являются одним из ключевых факторов, влияющих на потребительский опыт туристов. В сфере общественного питания Харбина некоторые предприятия имеют слабый уровень обслуживания и управленческие возможности, а также не обладают достаточной конкурентоспособностью на рынке.²²

В целом, интеграция и развитие индустрии общественного питания и туризма в городе Харбин сталкивается со многими проблемами и трудностями. Поэтому необходимо принять ряд мер для укрепления сотрудничества и связи между индустрией общественного питания и индустрией туризма, содействия инновациям и развитию индустрии общественного питания, улучшения управления и уровня обслуживания предприятий общественного пи-

²¹ Сюй Тонг. Исследование стратегии интернет-маркетинга туристических продуктов в Харбине на основе принципов 4P / Сюй Тонг, Чжан Яньжун, Ян Ясинь // Наука и техника легкой промышленности. – №4. – 2022. – С. 18-22

²² Heilongjiang China Travel Service Международное туристическое агентство Xuexiang Two-day Tour Business Group [Электронный ресурс]. – 13.02.2022. – Режим доступа: <https://baike.baidu.com/item/4162838?fr=aladdin> – 23.05.2023

тания, чтобы способствовать совместному развитию индустрии общественного питания и индустрии туризма.

Интегрированное развитие индустрии общественного питания и туризма Харбина сталкивается с различными проблемами и препятствиями. Во-первых, бизнес механизм, система управления и рыночная деятельность предприятий общественного питания и туристических предприятий сильно различаются, что затрудняет эффективное достижение интегрированного развития. Во-вторых, предприятия общественного питания, размещения, достопримечательности и другие вспомогательные объекты туризма недостаточно совершенны для предоставления комплексных туристических услуг, что также влияет на развитие туризма. Кроме того, первоначальные инвестиционные затраты высоки, что многие малые и средние предприятия общественного питания вряд ли могут себе позволить.

В то же время, развитие индустрии туризма и общественного питания также сталкивается с некоторыми специфическими проблемами. С одной стороны, существуют такие проблемы, как развивающаяся жесткая ценовая конкуренция на туристском рынке, которая непосредственно влияют на развитие туризма и фундаментально влияют на его интегрированное развитие с индустрией общественного питания. С другой стороны, уровень профессиональных навыков и оборудования, необходимых для производства, продаж и обслуживания в развитии индустрии общественного питания, также недостаточен, и индустрия общественного питания не в состоянии предоставить более качественные, персонализированные услуги индустрии туризма.

Кроме того, гомогенизация и однородность туристических продуктов также является одним из важных факторов, ограничивающих комплексное развитие индустрии общественного питания и туризма. Поскольку спрос на туризм продолжает расти, трудно удовлетворить разнообразные потребности туристов с помощью одного туристического продукта, что не обеспечивает лучшие возможности развития для индустрии общественного питания.

Комплексное развитие индустрии общественного питания и туризма является одним из приоритетов будущего развития города Харбина, и для ускорения этого процесса развития необходимо принять эффективные контрмеры и предложения.

Во-первых, Харбин должен укрепить свое понимание индустрии общественного питания и туризма, повысить осведомленность и качество работы соответствующих департаментов и практиков. Правительство должно увеличить инвестиции для поддержки развития индустрии туризма и общественного питания и поощрять практиков к инновациям и повышению качества услуг. Кроме того, следует избегать конкуренции по низким ценам, усилить контроль над ценами и защищать законные права и интересы потребителей.

Во-вторых, город Харбин должен усовершенствовать свои туристические ресурсы и услуги общественного питания. Улучшить туристическую инфраструктуру, такую как гостиницы, внутренние объекты живописных мест и общественный транспорт, чтобы туристы могли получить лучший туристический опыт. Что касается услуг общественного питания, то следует повысить качество услуг, гарантировать гигиену и безопасность продуктов питания, а также создать более качественные и индивидуальные услуги общественного питания.

Кроме того, с точки зрения интеграции индустрии общественного питания и туризма, Харбин должен усилить исследования и анализ рынка, чтобы получить полное представление о потребностях и тенденциях потребителей. Расширять сферу услуг общественного питания, вводить инновации в режим обслуживания, внедрять специальное питание и креативное питание для удовлетворения различных потребностей и вкусов потребителей. В то же время, следует усилить внешнюю рекламу, улучшить видимость и репутацию города Харбина, чтобы привлечь больше отечественных и иностранных туристов в город Харбин для путешествия и дегустации блюд.

Наконец, Харбин должен усилить работу по подготовке и набору на работу квалифицированных кадров, чтобы подготовить больше отличных

специалистов-практиков для индустрии общественного питания и туризма, повысить качество и уровень обслуживания по всей отрасли. В то же время правительство, предприятия и университеты должны укреплять сотрудничество и совместно проводить соответствующие тренинги и исследования, чтобы способствовать интеграции и развитию индустрии общественного питания и туризма.

В заключение следует отметить, что интеграция индустрии общественного питания и туризма в Харбине сталкивается с многочисленными проблемами и препятствиями. Для решения проблем необходимо начать с разных аспектов и использовать ресурсы со всех сторон для совместного содействия развитию отрасли. Конкретные предложения включают: уточнение позиционирования и целей индустрии питания и туризма, формирование дифференцированных, персонализированных и высококачественных туристических продуктов путем углубленного сотрудничества; улучшение вспомогательных туристических объектов и соответствующих систем обслуживания для предоставления посетителям более комплексных туристических услуг и услуг питания; усиление обучения практиков индустрии питания для повышения их квалификации и предоставления более качественных услуг. И только совместными усилиями всех сторон мы можем способствовать комплексному развитию индустрии питания и туризма Харбина и достичь лучшего развития и процветания.

В настоящее время развитие индустрии общественного питания и туризма в Харбине находится на важном этапе своей истории и требует активных усилий от всех сторон. Расширяя понимание индустрии общественного питания и туризма, повышая качество и уровень обслуживания, расширяя рынок и сферу деятельности, а также усиливая обучение и привлечение талантов, Харбин может достичь комплексного развития индустрии общественного питания и туризма и стать городом туризма и кухни.

3. РАЗРАБОТКА ГАСТРОНОМИЧЕСКИХ ТУРОВ ПО ТЕРРИТОРИИ ПРОВИНЦИИ ХЭЙЛУНЦЗЯН

3.1 Туристический маршрут «Яркие и вкусные впечатления Му- даньцзяна»

Представляем новую программу комбинированного культурно-познавательного гастрономического тура «Яркие и вкусные впечатления Муданьцзяна». Это трехдневный тур, рассчитанный на взрослых туристов в возрасте 20-45 лет со средним и высоким достатком.

Таблица 1 – Краткая программа тура

День	Время	Мероприятия
1	09.00	Отправление из города Харбин
	12.00	Прибытие в горнолыжный район Ябули, размещение в отеле
	12.00 – 13.00	Свободное время
	13.00	Обед. Дегустация хотпота северо-восточного Китая. Мастер-класс по приготовлению фирменного супа
	14.30	Экскурсия на снежную ферму Ябули
	18.00	Ужин
	19.00	Свободное время
2	8.00	Завтрак в отеле
	9.00	Отправление в Сюэсян
	12.00	Экскурсия в Снежный поселок
	14.00	Обед – фирменное Харбинское блюдо – свинина барбекю
	15.30	Экскурсия на улицу Сюэюнь
	18.00	Ужин в фирменном ресторане на улице Сюэюнь
3	8.00	Завтрак в отеле
	9.00	Экскурсия в Музей Сюэсян
	13.00	Обед
	14.30	Возвращение в Харбин

Далее представлено описание программы тура.

День 1.

В первый день утром в едином месте сбора (время, место сбора, номер автобуса присылается предварительно в виде сообщения на телефоны туристов), далее трансфер на автобусе до главного горнолыжного курорта Вели-

кой зимы 2009 года в Азии - курорта горнолыжного туризма ААА класса Ябули, по пути наслаждаясь ледяными вершинами и снежными пейзажами Севера на тысячи миль. Время в пути – 3 часа.

Далее свободное время в течение 2 часов, осмотр местных инсталляций, участие в местных развлекательных и снежных аттракционах (по желанию), катание на коньках на высокогорном катке на высоте 1374,80 м над уровнем моря в горах Ябули «Наблюдение снежных склонов с толщиной снежного покрова около 1,5 м на вершинах холмов, наблюдение священных пейзажей заснеженных гор; наблюдение пейзажей горных лесов и отдельных реликтовых и редких видов растений, а также курумников (каменистых осыпей)».

На обед предлагается дегустация хотпота северо-восточной кухни. Мы рекомендуем тушеное в железной кастрюле королевского двора Ябули, у местных жителей является основной домашней едой, первоначально относясь к северо-востоку и сельским районам. В качестве основного ингредиента в блюде используются тушеная курица, гуси, рыба. Также добавляются баклажаны, бобовые, картофель, ребрышки, тыква, различные приправы, кукурузная и крахмальная лапша.

После обеда туристы отправляются на экскурсию на снежную ферму, по дороге, чтобы увидеть новый европейский железнодорожный вокзал, виллу ветряной мельницы в европейском архитектурном стиле, на снежной ферме есть возможность кататься на лыжах в течение 3 часов (включая лыжи, сани, сноуборды).

День 2.

После завтрака в отеле в 9.00 на туристическом автобусе туристы отправляются в город Сюэсян (провинция Хэйлунцзян), в пути около 3 часов. Снежный поселок, ранее известный как Шуанфэнская лесная ферма, здесь длинный снежный период, частые снегопады. Снежный период длится здесь до 7 месяцев, с октября каждого года по май следующего года снег сплошной, среднегодовая толщина снега до 2 метров, снег является самым высоким в

Китае, а качество снега хорошее. Место прочно завоевало себе имидж «китайского снежного поселка».

Также предлагается прогулка по тропе Яшепаншань на высоте 950 метров над уровнем моря, самая высокая точка тропы 1370 метров, великолепные пейзажи с обеих сторон, туманные снежные склоны. Это самые снежные и ледяные пейзажи в Китае.

На обед туристам предлагается свиное барбекю.

После обеда запланирована прогулка по улице Сюэюнь, подъем на фантастическую туристическую эстакаду, чтобы увидеть красоту снежного поселка. На улице Сюэюнь есть инсталляции оленеводческих групп, северо-восточного фольклора Янго, вечеринки по разведению огня и другие местные интерактивные выступления, где также можно почувствовать гостеприимность местных жителей Снежного поселка к дальним гостям.

День 3.

На третий день туристы посещают музей Сюэсян, культурный выставочный комплекс – это старое и элегантное здание площадью 4244 квадратных метра, в музее представлено более 3100 экспонатов, демонстрирующих культурные и географические особенности и процесс исторического развития Сюэсяна.

Выставочный зал предназначен для того, чтобы показывать культуру выживания народов Севера Китая, использующих леса в качестве окружающей среды, а также организовывать и защищать историческое и культурное наследие народов Севера. Рассматривая развитие и предпринимательскую культуру современных северных лесов, демонстрируя дух лесного хозяйства в период строительства Нового Китая, демонстрируя состояние производства и жизни в лесном хозяйстве в новую эпоху социализма и воспроизводя яркую картину гармоничного сосуществования человека и природы.

В выставочном зале в основном расположены обзорная зона культуры Хуехианг, выставочная зона природных ресурсов Хуехианг, выставочная площадка по истории цивилизации Хуехианг в Китае - древняя история, вы-

ставочная площадка по производству и жизни Xuexiang, выставочная площадка по флоре и фауне Xuexiang, выставочная площадка по истории цивилизации Xuexiang в Китае - современная история, выставочная площадка по истории цивилизации Xuexiang в Китае, выставочная площадка по экологическому туризму Xuexiang в Китае, выставочная площадка по кино - и телевидению Xuexiang в Китае, выставочная площадка С многомиллионной эволюционной историей и ископаемыми культурными реликвиями, выставленными на выставке, люди узнают о превратностях естественной и человеческой истории в районе Сюэсян в Китае. Оценивая красоту и интерес древних окаменелостей, древних животных и древних людей, прослеживая их происхождение и изучая древние знания о настоящем, люди больше любят эту волшебную чистую землю снежной деревни.

После экскурсии и вкусного обеда местной кухни, туристы возвращаются в Харбин и заканчивают путешествие.

Проживание во время тура в отеле 3* в номерах с санузлом. Туристический автобус с полным кондиционером; Билеты на посещение зимних аттракционов Ябули на 3 часа (лыжи, сани, сноуборды), большой билет на посещение снежного поселка + экологический автомобиль; входные билеты на развлекательные проекты Yabli Xue Township Panshan Road, посещение улицы традиций северных народов – с оленеводами, северо-восточными народными песнями, вечером огня, фантастической туристической эстакады. Страхование ответственности туристического агентства.

Проведем калькуляцию представленного тура.

Для расчёта стоимости одной путёвки удобным будет использовать метод калькуляции полной себестоимости, основанный на классификации затрат по способу их включения на себестоимость туристического продукта. (Таблица – Калькуляция разработанного туристического маршрута) При этом косвенные затраты распределены между разными видами турпродукта и учтены в калькуляции данного тура как 10% от его себестоимости. Прибыль с каждого тура определена в 10%, поскольку ожидается, что тур будет массо-

вым и ожидаемая реализация данного тура определяется как 80-100 путевок в месяц.

Таблица 2 – Калькуляция разработанного туристического маршрута

Статья	Затраты на производство и реализацию		
	%	На группу 20 чел., юаней	На 1 туриста, юаней
1. Прямые затраты:			
Транспортные расходы		3 000	150
Проживание		8 000	400
Питание		5 200	260
Страховка		800	40
Экскурсии		4 000	200
Итого прямых затрат		21 000	1 050
2. Косвенные затраты	10	2 100	105
3. Полная себестоимость		23 100	1 155
4. Прибыль	10	2 310	115,5
5) Налог на прибыль	20	462	23,1
6. Продажная цена тура		25 872	1 293,6

Таким образом, за 3 дня/2 ночи имеем:

Расходы на размещение на группу:

$(4\ 000 * 2(\text{ночи})) = 8\ 000$ юаней

Расходы на размещение на 1 туриста:

$(200 * 2(\text{ночи})) = 400$ юаней

Питание в отеле по системе ВВ (только завтраки) включены в стоимость номера.

Питание туристов (обеда и ужины)

На группу: 3 обеда по 50 юаней + 2 ужина по 55 юаней * 20 чел. = 5 200 юаней

На 1 чел.: 3 обеда по 50 юаней + 2 ужина по 55 юаней = 260 юаней

Транспортные расходы на группу:

1 000 юаней на группу / день * 3 дня = 3 000 юаней

Транспортные расходы на 1 туриста:

50 юаней / день * 3 дня = 150 юаней

Расходы на экскурсионную программу на группу включают в себя входные билеты на туристские объекты, выставочный зал и музей.

Расходы на экскурсионную программу на группу:

$$(50 + 30 + 70 + 50) * 20 = 4\ 000 \text{ юаней}$$

Расходы на экскурсионную программу на 1 туриста:

$$50 + 30 + 70 + 50 = 200 \text{ юаней}$$

Страховка на 1 человека: 40 юаней, на группу из 20 человек: $(40 * 20) = 800$ юаней.

Итого прямых затрат на группу:

$$3\ 000 + 8\ 000 + 5\ 200 + 800 + 4\ 000 = 21\ 000 \text{ юаней}$$

Прямых затрат на 1 туриста:

$$150 + 400 + 260 + 40 + 200 = 1\ 050 \text{ юаней}$$

В туризме косвенные затраты определяются в % от суммы прямых затрат, что обычно составляет 10%, однако реальная величина зависит от объёма работы фирмы.

Косвенные затраты на группу:

$$21\ 000 * 0,1 = 2\ 100 \text{ юаней}$$

Косвенные затраты на 1 туриста:

$$2\ 100 : 20 = 105 \text{ юаней}$$

Полная себестоимость на группу:

$$21\ 000 + 2\ 100 = 23\ 100 \text{ юаней}$$

Полная себестоимость на 1 туриста:

$$1\ 050 + 105 = 1\ 155 \text{ юаней}$$

Прибыль исчисляется в % от полной себестоимости, при этом норма прибыли учитывается предприятием самостоятельно. При разработке данного турпродукта величина прибыли бралась в 10% от полной себестоимости.

Прибыль на группу:

$$23\ 100 * 0,1 = 2\ 310 \text{ юаней}$$

Прибыль на 1 туриста:

$$1\ 155 * 0,1 = 115,5 \text{ юаней}$$

Налог на прибыль определяется для данного вида деятельности как 20% от полученной прибыли и рассчитан на группу в сумме 462 юаня, на 1 туриста – 23, 1 юаня.

На последнем этапе определяется продажная цена.

Продажная цена на группу:

$$23 \cdot 100 + 2 \cdot 310 + 462 = 25 \cdot 872 \text{ юаня}$$

Продажная цена на 1 туриста:

$$1 \cdot 155 + 115,5 + 23,1 = 1 \cdot 293,6 \text{ юаня}$$

Таким образом, итоговая стоимость тура включает в себя все основные расходы и прибыль туристского предприятия.

3.2. Трехдневный маршрут «Познаем кухню Харбина»

Далее представлена программа комбинированного культурно-познавательного гастрономического тура «Познаем кухню Харбина». Это трехдневный тур, рассчитанный на взрослых туристов в возрасте 20-45 лет со средним и высоким достатком, а также на семьи с детьми.

Таблица 3 – Краткая программа тура

День	Время	Мероприятия
1	09.00	Прибытие в аэропорт города Харбин
	10.00	Трансфер в отель, заселение
	11.00 – 13.00	Экскурсия «Центральная улица»
	13.00	Обед в ресторане харбинской кухни. Дегустация блюд кухни северо-восточного Китая.
	14.30	Самостоятельная прогулка по Центральной улице и набережной Сунгари
	18.00	Ужин
	19.00	Свободное время
2	8.00	Завтрак в отеле
	9.00	Гастрономическая экскурсия на Даолийский овощной рынок
	12.00	Экскурсия в Софийский собор и на площадь Собора.
	14.00	Обед – русская кухня
	15.30	Экскурсия в районе набережной Сунгари и улицы Гоголя
	18.00	Ужин барбекю в частном доме
3	8.00	Завтрак в отеле
	9.00	Экскурсия на Остров Солнца
	13.00	Обед в ресторане ТАТОС
	14.30	Экскурсия в Парк тигров Хулинь
	18.00	Ужин. Харбинская кухня экзотического ночного рынка.

		Дегустация гурманских блюд
	19.00	Отправление в аэропорт Харбина

Далее представлено описание программы тура.

День 1.

Туристы прибывают в аэропорт Харбина. Трансфер из аэропорта на автобусе в отель Madiel на центральной улице Харбина.

С утра – прогулка по центральной улице – экскурсия по достопримечательностям, акцент на русские здания, а также блюда харбинской кухни: жареное мясо, жареные пирожные с маслом, ледяное мороженое, соевые блюда.

Центральная улица – экскурсия продолжительностью 40 минут, прогулка с посещением 71 здания в европейском стиле, самой длинной коммерческой пешеходной улице в Азии.

Различные крупные универмаги на центральной улице всегда привлекают бесчисленное количество людей, которые любят ходить по магазинам. Знаменитый ресторан Huamei, ресторан Portmansi и другие русские западные рестораны. И вкусные ледяные палочки (мороженое) Madiel - это место посещения для многих туристов. Также на улице встречаются российские магазины ремесел, осенние продукты питания и другие специализированные магазины. Северная оконечность центральной улицы – это мемориальная башня победы от наводнений. Набережная реки Сунгари летом хорошо подходит для прогулок, а зимняя замерзшая река – это место для зимних видов спорта и аттракционов. В центре центральной улицы есть поворот на восток, где можно добраться до парка Мегалин, где проходит зимний фестиваль ледяных фонарей, а с южной части улицы на восток - до собора Святой Софии.

Ужин: старый шеф-повар, центральный уличный магазин пекарня.

День 2.

После завтрака в отеле туристов ожидает гастрономическая экскурсия на Даолийский овощной рынок возле Центральной улицы (напротив Софий-

ского собора). Это один из 13 крупных овощных рынков страны, где можно найти блюда харбинской кухни. Вкус Цзы – мясо в кунжутном соусе (очень рекомендуется), в кафе напротив овощного рынка Даоли круглый год, можно также заказать блюда на вынос.

Далее – экскурсия в Софийский собор и на площадь Собора.

Софийская церковь была построена в марте 1907 года и первоначально была церковью, построенной царской Россией для строительства Ближневосточной железной дороги, площадью 721 квадратный метр, высотой 53,35 метра, с плоскостью латинского креста, типичной архитектурой в византийском стиле. В 1903 году была построена цельная деревянная церковь, которая использовалась в качестве часовни пехотной дивизии. В 1923 году был завершен великолепный, элегантный архитектурный бутик. Возвышающаяся великолепная церковь Святой Софии представляет собой уникальный экзотический гуманитарный ландшафт и городской пейзаж Харбина.

Обед: русский ресторан Midvich West - русская кухня.

Во второй половине дня: прогулка по Центральной улице к мосту через Сунгари, катание на туристической канатной дороге Сунгари (напротив железнодорожного моста на Ближнем Востоке находится остров Солнца, а вечером удобно кататься на велосипеде). Посещение мемориальной башни по борьбе с наводнениями. Далее – экскурсия по улице Гоголя, посещение книжного магазина Гоголя (возможно, шоппинг), церкви на улице Инновации. Также запланирована экскурсия на улицу барокко.

Мемориальная башня по борьбе с наводнениями была построена в 1958 году в честь победы народа Харбина над разрушительным наводнением в 1957 году. Высота башни 13 метров, высота колонны 7 метров. На дне башни расположены 11 полукруглых бассейнов, уровень воды в которых является самым высоким показателем 1957 года.

Строительство туристической канатной дороги Сунхуацзян впервые открыло северо-восточную канатную дорогу через реку Сунгари и стало важным связующим звеном для общего процветания по обе стороны реки

Сунгари. Он тесно связывает Сталинский парк, мемориальную башню по борьбе с наводнениями, Центральную улицу и остров Цзянсинь Сан, образуя уникальный ландшафт Харбина и становится одной из важных туристических достопримечательностей Харбина.

Русская тематическая туристическая зона. В городе сохранились десятки русских загородных домов и домов, которые посетители могут посетить, а иногда и встретить русских, говорящих по-китайски, чтобы рассказать о мебели и обустройстве дома. Билеты в этот город особенные, это памятный паспорт, который вы можете взять и поставить печать в каждой хижине. Многие хижины здесь имеют разные темы, есть коллекция часов «Столетнее время», коллекция старых записей разных стран «Столетний голос» и так далее, каждая хижина позволяет туристам оставить сообщение на память.

Ужин: барбекю в частном доме.

После ужина запланирована поездка в музыкальный парк Сюнли с красивым ночным освещением.

День 3.

С утра после завтрака в отеле предстоит посещение живописного района Солнечного острова (водопад Солнца, Лебединое озеро, Луюань и т. д.) Местонахождение – в 10 км от отеля, на автобусе около 20 минут.

Со строительством Ближневосточной железной дороги и успехом Октябрьской революции в Советском Союзе в Харбин хлынуло огромное количество русских и европейских эмигрантов. Их привлекали природные пейзажи острова Солнца, возможности строительства домов на острове, строительство вилл - ресторанов для отдыха, различные развлекательные объекты и охота, рыбалка, пикники. Оставшиеся с тех времен экзотические здания также стали уникальным культурным ландшафтом на острове Солнца.

Обед: Русский ресторан Tatos (Столетний магазин). Ресторан Tatos является первым русским западным рестораном в Харбине, который унаследовал столетнюю историю и известен как кавказский ресторан. В начале XX века Тадаус приехал в Харбин, где открыл ресторан, названный в его честь и

известный своим уникальным кавказским вкусом! Теперь, когда речь заходит о здании Берковича, возвышающемся на центральной улице, 127, у каждого пожилого харбинца есть ассоциация с рестораном ТАТОС, даже оказавшим влияние на современную историю здания.

Вторая половина дня: Северо-восточный парк тигра

Расположенный на северном берегу реки Сунгари, парк Хулинь на северо-востоке провинции Хэйлунцзян занимает площадь около 1,44 млн. кв. м, национальный туристический район класса 4А. В настоящее время парк является крупной национальной базой искусственного разведения уссурийского тигра, в которой насчитывается около тысячи чистокровных тигров. Наряду с тем, что парк является одной из самых известных харбинских достопримечательностей, также он является комплексным предприятием, объединяющим разведение уссурийского тигра, научные исследования и защиту, научно-популярное образование и туризм.²³

Ужин: Харбинская кухня экзотического ночного рынка

Ночной рынок педагогического университета: Конг Би - цзинь тофу, мясная лапша, курица Лю Цян Го, кальмары Лю Сяоми, плиточное барбекю, Цуй Цишуй и другие блюда.

Завершение трехдневного тура в аэропорту Харбина, отправление туристов по местам жительства.

Проведем калькуляцию представленного тура.

²³ Тигровый лесной парк Хэйлунцзян [Электронный ресурс]. – 13.06.2023. – Режим доступа: <http://dongbeihulinyuan.com> – 13.06.2023

Таблица 4– Калькуляция разработанного туристического маршрута

Статья	Затраты на производство и реализацию		
	%	На группу 20 чел., юаней	На 1 туриста, юаней
2. Прямые затраты:			
Транспортные расходы		3 000	150
Проживание		12 000	600
Питание		6 000	300
Страховка		800	40
Экскурсии		4 000	200
Итого прямых затрат		25 800	1 290
2.Косвенные затраты	10	2 580	129
3.Полная себестоимость		28 380	1 419
4. Прибыль	10	2 838	141,9
6) Налог на прибыль	20	567,6	28,4
6. Продажная цена тура		31 785,6	1 589,3

Таким образом, за 3 дня/2 ночи имеем:

Расходы на размещение на группу:

$$(4\,000 * 3(\text{суток})) = 12\,000 \text{ юаней}$$

Расходы на размещение на 1 туриста:

$$(200 * 3(\text{суток})) = 600 \text{ юаней}$$

Питание в отеле по системе ВВ (только завтраки) включены в стоимость номера.

Питание туристов (обеда и ужины)

На группу: 3 обеда по 50 юаней + 3 ужина по 50 юаней * 20 чел. = 6 000 юаней

На 1 чел.: 3 обеда по 50 юаней + 3 ужина по 50 юаней = 300 юаней

Транспортные расходы на группу:

$$1\,000 \text{ юаней на группу / день} * 3 \text{ дня} = 3\,000 \text{ юаней}$$

Транспортные расходы на 1 туриста:

$$50 \text{ юаней / день} * 3 \text{ дня} = 150 \text{ юаней}$$

Расходы на экскурсионную программу на группу включают в себя входные билеты на туристские объекты, выставочный зал и музей.

Расходы на экскурсионную программу на группу:

$$(30 + 30 + 70 + 70) * 20 = 4\,000 \text{ юаней}$$

Расходы на экскурсионную программу на 1 туриста:

$$30 + 30 + 70 + 70 = 200 \text{ юаней}$$

Страховка на 1 человека: 40 юаней, на группу из 20 человек: $(40 * 20) = 800$ юаней.

Итого прямых затрат на группу:

$$3\ 000 + 12\ 000 + 6\ 000 + 800 + 4\ 000 = 25\ 800 \text{ юаней}$$

Прямых затрат на 1 туриста:

$$150 + 600 + 300 + 40 + 200 = 1\ 290 \text{ юаней}$$

В туризме косвенные затраты определяются в % от суммы прямых затрат, что обычно составляет 10%, однако реальная величина зависит от объёма работы фирмы.

Косвенные затраты на группу:

$$25\ 800 * 0,1 = 2\ 580 \text{ юаней}$$

Косвенные затраты на 1 туриста:

$$2\ 580 : 20 = 129 \text{ юаней}$$

Полная себестоимость на группу:

$$25\ 800 + 2\ 580 = 28\ 380 \text{ юаней}$$

Полная себестоимость на 1 туриста:

$$1\ 290 + 129 = 1\ 419 \text{ юаней}$$

Прибыль исчисляется в % от полной себестоимости, при этом норма прибыли учитывается предприятием самостоятельно. При разработке данного турпродукта величина прибыли бралась в 10% от полной себестоимости.

Прибыль на группу:

$$28\ 380 * 0,1 = 2\ 838 \text{ юаней}$$

Прибыль на 1 туриста:

$$1\ 155 * 0,1 = 141,9 \text{ юаней}$$

Налог на прибыль определяется для данного вида деятельности как 20% от полученной прибыли и рассчитан на группу в сумме 567,6 юаня, на 1 туриста – 28,4 юаня.

На последнем этапе определяется продажная цена.

Продажная цена на группу:

$28\,380 + 2\,838 + 567,6 = 31\,785,6$ юаня

Продажная цена на 1 туриста:

$1\,419 + 141,9 + 28,4 = 1\,589,3$ юаня

Таким образом, итоговая стоимость тура включает в себя все основные расходы и прибыль туристского предприятия.

3.3. Обобщение результатов исследования

Данное исследование посвящено интеграции индустрии общественного питания и туризма в развитии Харбина, анализирует текущую ситуацию в индустрии общественного питания и состояние туристических ресурсов в Харбине, а также знакомит с культурными особенностями кухни Харбина. Анализируя взаимосвязь между индустрией общественного питания и туризмом, данное исследование обеспечивает глубокое обсуждение проблем и решений, существующих в текущем процессе интеграции и развития.

Изучая текущую ситуацию в сфере общественного питания и потребления туристических ресурсов в Харбине, мы обнаружили, что индустрия туризма в Харбине продолжает быстро развиваться, но существует множество проблем в развитии индустрии общественного питания, таких как небольшой масштаб и малое количество ресторанов высокого класса. В то же время, мы также обнаружили, что город Харбин обладает богатой кулинарной и культурной самобытностью, которая должна сыграть важную роль в содействии развитию туризма.

В исследовании также анализируется взаимосвязь между индустрией общественного питания и туризмом в Харбине и выясняется, что интеграция этих двух направлений постепенно становится тенденцией развития индустрии туризма в Харбине. Однако на практике все еще существует множество препятствий для их интеграции, таких как низкое качество многоуровневого персонала, недостаточная регионализация туризма и отсутствие культурного наследия.

Данное исследование фокусируется на перспективе решения проблем и предлагает ряд контрмер, таких как улучшение рынка общественного питания для регулирования внешнего имиджа, усиление образования и подготовки специалистов в области туризма и общественного питания, повышение качества и предоставление персонализированных услуг. В данном исследовании утверждается, что эти контрмеры могут эффективно содействовать развитию индустрии общественного питания и стимулировать развитие индустрии туризма в процессе интеграционного развития Харбина.

Таким образом, мы можем увидеть проблемы и решения в развитии индустрии общественного питания и туризма Харбина, а также предложить некоторые контрмеры. Поэтому есть уверенность, что эти предложения могут оказать определенную помощь в комплексном развитии индустрии питания и туризма Харбина, а также послужить ориентиром для других городов.

Несмотря на то, что в данном исследовании был проведен систематический анализ индустрии общественного питания и туристических ресурсов Харбина, существуют следующие ограничения и недостатки.

Во-первых, данное исследование ограничивается анализом интеграции и развития индустрии общественного питания и туризма в городе Харбин, без проведения сравнительного анализа других городов или регионов. Поскольку культурный фон, промышленные преимущества и обеспеченность ресурсами в разных регионах сильно различаются, необходимо дополнительно изучить, можно ли обобщить результаты исследования по городу Харбин.

Во-вторых, поскольку данные, использованные в исследовании, были получены в основном из статистики и отчетов официальных органов, таких как Харбинское бюро туризма и Ассоциация ресторанов, в процессе исследования может быть неполная информация и статистические ошибки, которые влияют на выводы данного исследования.

Кроме того, при анализе основных проблем и препятствий на пути развития интеграции, данное исследование в основном основано на анализе ли-

тературы и личных наблюдениях, и требуется дополнительная работа для углубленного изучения и эмпирического анализа фактических проблем.

Наконец, что касается контрмер и предложений по решению проблем, в данном исследовании рассматриваются только три аспекта: правительство, предприятия и потребители, но не проводится глубокий анализ и обсуждение других заинтересованных сторон, таких как работники ресторанов и туризма.

В данной работе исследуется интеграция и развитие индустрии общественного питания и туризма в Харбине. Хотя в нашем исследовании мы собрали как можно больше информации и данных по различным аспектам, все же существуют определенные ограничения и недостатки. Во-первых, из-за ограниченности пространства мы не смогли провести комплексный анализ всех проблем индустрии общественного питания и туризма в Харбине. Во-вторых, в процессе исследования из-за временных и финансовых ограничений мы взяли только частичную выборку данных, поэтому данные исследования могут быть нерепрезентативными.

В будущем, основываясь на предыдущей работе, мы должны еще больше усилить углубленное изучение ресурсов индустрии общественного питания и туризма в Харбине, а также провести более интуитивный сравнительный анализ отношений между индустрией общественного питания и туризмом в разных регионах, чтобы лучше изучить, как индустрия общественного питания и туризм могут достичь дополнительных преимуществ и комплексного развития. В то же время следует усилить эмпирические исследования, а также постоянно совершенствовать методы и методики, чтобы повысить качество и достоверность исследований.

В результате углубленного исследования и анализа интеграции и развития индустрии общественного питания и туризма в Харбине мы пришли к следующим выводам:

Во-первых, между индустрией общественного питания и туризмом Харбина существует взаимозависимая связь в процессе развития, и интеграция и развитие этих двух отраслей стала важной тенденцией. Богатая кули-

нарная культура и туристические ресурсы Харбина создают отличные условия для их интеграции.

Во-вторых, хотя Харбин многого достиг в сфере общественного питания и туризма, все еще существуют некоторые проблемы и препятствия, такие как небольшой масштаб индустрии общественного питания, недостаточное развитие бренда и низкое качество обслуживания. В то же время индустрия туризма также сталкивается с такими проблемами, как разбросанность достопримечательностей, неудобный транспорт и несовершенство средств поддержки туризма. Эти проблемы сдерживают развитие индустрии общественного питания и туризма в Харбине.

Наконец, для достижения комплексного развития индустрии питания и туризма Харбина необходимо принять определенные меры и предложения, включая увеличение инвестиций, повышение конкурентоспособности рынка, улучшение качества обслуживания, расширение каналов туризма и усиление маркетинговых исследований.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Это исследование направлено на анализ особенностей культуры питания в Харбине и комплексного развития индустрии общественного питания и туризма, обсуждение текущей ситуации, основных проблем и препятствий в развитии пищевого туризма в этом городе, а также выдвижение эффективных контрмер и предложений.

Прежде всего, это исследование может способствовать экономическому развитию города Харбин. С ростом туризма все больше и больше людей обращают внимание на гастрономический туризм. Будучи известным гастрономическим городом Китая, Харбин обладает богатыми продовольственными ресурсами и уникальной культурой питания, а также имеет большой потенциал для развития гастрономического туризма. Благодаря углубленному анализу индустрии общественного питания и туристических ресурсов Харбина это исследование может дать ориентир для развития гастрономического туризма в Харбине и способствовать процветанию и развитию туристической экономики города.

Во-вторых, это исследование может усилить культурный обмен и популяризацию города Харбин. Еда является культурным представителем различных стран и регионов. Благодаря гастрономическому туризму можно улучшить культурный обмен в разных местах. Харбин имеет богатую кулинарную культуру и историческое наследие, а его уникальное культурное очарование и обычаи привлекают множество туристов, желающих посетить и попробовать еду. Это исследование может способствовать культурному обмену, обменам и сотрудничеству в разных регионах посредством углубленного изучения культуры питания Харбина и способствовать культурному продвижению Харбина.

Наконец, это исследование может служить ориентиром для развития гастрономического туризма в других городах. Китай — страна со многими столицами для гурманов, и туризм для гурманов становится новой изюмин-

кой туристической индустрии Китая. Это исследование может служить ориентиром для развития гастрономического туризма в других городах и способствовать развитию гастрономического туризма и внутреннего туризма.²⁴

Подводя итог, целью данного исследования является глубокий анализ особенностей культуры питания в Харбине и комплексного развития индустрии общественного питания и туризма, обсуждение существующего положения, основных проблем и препятствий в развитии пищевого туризма в этом городе, и предложить эффективные контрмеры и предложения, чтобы способствовать экономическому развитию Харбина, укреплять культурные обмены и рекламу, а также служить ориентиром для развития туризма для гурманов в других городах.

Будущие направления исследований могут быть рассмотрены следующим образом:

Во-первых, можно углубленно изучить модели развития и характеристики индустрии общественного питания и туризма Харбина, чтобы исследовать внутренние связи и тенденции развития между ними для лучшей интеграции и развития.

Во-вторых, можно проанализировать и спрогнозировать текущую ситуацию и тенденции развития индустрии общественного питания и туризма в Харбине, чтобы дать рекомендации и предложения соответствующим ведомствам для принятия решений.

Наконец, можно продолжить изучение защиты и наследования культуры питания Харбина, чтобы понять, как интегрировать культуру питания в индустрию туризма и способствовать дальнейшему развитию индустрии питания и туризма. В то же время можно изучить, как усилить формирование и продвижение туристического бренда города, чтобы привлечь больше туристов для знакомства с кулинарной культурой и туристическими ресурсами

²⁴ Пу Вэйли. Развитие продуктов питания и туризма Лунцзян на примере Харбина. / Пу Вэйли, Цзинь Цзя, Чжан Мэнмэн, Чжоу Хунхуэй. – Харбин: Изд-во Школы материаловедения и инженерии Северо-восточного лесотехнического университета, 2020. – 249 с.

Харбина, а также способствовать устойчивому развитию экономики Харбина.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1 Цуй, Лунцян. Развитие культуры питания и содействие развитию туризма в Харбине / Цуй Лунцян. – Харбин: Изд-во Харбинской академии общественных наук, 2015. – 99 с.

2 Пу, Вэйли. Развитие продуктов питания и туризма Лунцзян на примере Харбина. / Пу Вэйли, Цзинь Цзя, Чжан Мэнмэн, Чжоу Хунхуэй. – Харбин: Изд-во Школы материаловедения и инженерии Северо-восточного лесотехнического университета, 2020. – 249 с.

3 Чжоу, Хайцин. Состояние развития и стратегия развития индустрии ледового и снежного спортивного туризма в моей стране / Чжоу Хайцин // Журнал профессионального колледжа туризма Цзянсу. – №3. – 2020 г. – С.53-54

4 Чжоу, Ли. Исследования по развитию культуры питания и туристических ресурсов в Харбине / Чжоу Ли // Китайская национальная выставка. – №1. – 2018. – С. 70-76

5 Чен, Дунмэй. Туристические ресурсы и культура питания в провинции Хэйлунцзян / Чен Дунмэй, Хань Шаосинь // Изобретение и инновации (профессиональное образование). – №5. – 2019. – С. 68-72

6 Сюй, Цичжун. Исследование деятельности фестивалей гастрономического туризма в эпоху СМИ на примере Международного фестиваля гастрономического туризма в Китае (Чэнду) / Сюй Цичжун // Западное эфирное телевидение. – №2. – 2022. – С. 43-46

7 Статистический бюллетень Харбинского национального экономического и социального развития за 2018 год. Харбинское статистическое бюро и Харбинская исследовательская группа Национального бюро статистики. [Электронный ресурс]. – 05.05.2019. – Режим доступа: <http://harbin.gov.cn> – 23.05.2023

8 Северная кухня. Харбинский шашлык. Энциклопедия Байду [Электронный ресурс]. – 01.10.2019. – Режим доступа: <https://zhidao.baidu.com/question/1935063065427898627.html> – 23.05.2023

9 Консервированная свинина. Энциклопедия Baidu [Электронный ресурс]. – 01.10.2019. – Режим доступа: <https://www.douguo.com/caipuzuofa/274322> – 23.05.2023

10 Красная колбаса_Энциклопедия Baidu [Электронный ресурс]. – 02.07.2014. – Режим доступа: <https://baike.baidu.com/item/??/10274202?fr=aladdin> – 23.05.2023

11 Харбинские старомодные блины с маслом и солью [Электронный ресурс]. – 23.07.2021. – Режим доступа: <https://haokan.baidu.com/v?pd=wisenatural&vid=17648628190902918778> – 23.05.2023

12 Рецепт хлеба по-русски_Как испечь хлеб по-русски_[Электронный ресурс]. – 13.10.2012. – Режим доступа: <https://home.meishichina.com/recipe-323424.html> – 23.05.2023

13 Харбинское пиво. Энциклопедия Baidu [Электронный ресурс]. – 13.01.2023. – Режим доступа: <https://baike.baidu.com/item/????/1062236?fr=aladdin> – 23.05.2023

14 Heilongjiang China Travel Service Международное туристическое агентство Xuexiang Two-day Tour Business Group [Электронный ресурс]. – 13.02.2022. – Режим доступа: <https://baike.baidu.com/item/4162838?fr=aladdin> – 23.05.2023

15 Запрос и бронирование авиабилетов Тайюань-Харбин-Тайюань-Харбин цена специального авиабилета – Ctrip Air Ticket [Электронный ресурс]. – 13.06.2023. – Режим доступа: <http://ctrip.com> – 23.05.2023

16 Тигровый лесной парк Хэйлунцзян [Электронный ресурс]. – 13.06.2023. – Режим доступа: <http://dongbeihulinyuan.com> – 13.06.2023

17 Фэн, Лухан Исследование космической стратегии российского фуд-туризма в Харбине / Фэн Лухан. – Харбин: Харбинский технологический институт, 2014. – 51 с.

25 Чжао, Цзяшэнь. Инновация формы обучения специалистов по управлению туризмом на фоне «Интернет + туризм» на примере Харбинского гастрономического туризма / Чжао Цзяшэнь // Пограничная экономика и культура. – №1. – 2019. – С.23-27

26 Ю Цзинся. Харбин, дизайн туристического продукта и исследование развития культурной индустрии / Ю Цзинся, Хуан Цянь // Зеленая упаковка. – №2. – 2022. – С.26-30

27 У Дунъин. Сравнительное исследование развития ледового и снежного туризма в Харбине и Чанчуне / У Дунъин, Чжао Ябо // Теория науки. – №7. – 2022. – С.66-68

28 Сюй, Тонг. Исследование стратегии интернет-маркетинга туристических продуктов в Харбине на основе принципов 4P / Сюй Тонг, Чжан Яньжун, Ян Ясинь // Наука и техника легкой промышленности. – №4. – 2022. – С. 18-22

29 Се, Фей. Исследование маркетинговой стратегии индустрии ледового и снежного туризма в Харбине / Се Фей // Исследования промышленных инноваций. – №6. – 2023. – С.101-103