

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИНСТИТУТ ТУРИЗМА И КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ  
КАФЕДРА ТУРИЗМА И ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

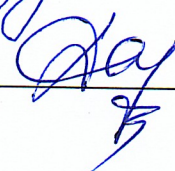
ОТЧЕТ  
ПО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ ПО  
ПОЛУЧЕНИЮ НАВЫКОВ  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ  
Влияние сезонности на туристическую отрасль  
Владивостока и методы её минимизации

Студент  
гр. БТУ-25-УР1

Руководитель практики от кафедры  
канд. культурологии, доцент



М.Л. Мусатова



В.Г. Ден

Владивосток 2026



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНСТИТУТ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ И ТУРИЗМА  
КАФЕДРА ТУРИЗМА И ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

**ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ**  
на учебную практику по получению навыков исследовательской работы

Студенту Мусатова Марина Леонидовна группы БТУ-25-УР1  
(ФИО обучающегося полностью)

Направление подготовки: 43.03.02 Туризм профиль «Управление ресторанным и гостиничным бизнесом»

Место прохождения практики: ФГБОУ ВО «ВГУЭС», МИОСТ, кафедра туризма и гостинично-ресторанного бизнеса

Срок прохождения практики с «10» февраля 2026 г. по «28» июня 2026 г.

**Содержание отчета по практике:**

***Задание 1. Анализ поставленной задачи.***

Виды работ, исследуемые вопросы, которые должен решить студент:

- развернутое описание поставленной задачи с точки зрения ее актуальности, истоков возникновения проблемы, возможных форм проявлений и последствий (УК-1.3);
- анализ содержания проблемы с точки зрения сфер, которые она затрагивает (социальная, экономическая, политическая и т.п.) (УК-1.3);
- разбивка поставленной цели исследования на задачи, разработка плана исследования, выбор методов исследования (УК-1.3).

***Задание 2. Сбор и анализ информации***

- определение перечня информации/данных, необходимых для анализа и поиска решения поставленной задачи (УК-1.3);
- определение источников необходимой информации/данных (УК-1.1);
- сбор и систематизация информации/данных (УК-1.1).

***Задание 3. Разработка решения поставленных задач.***

- формулировка выводов и заключений по результатам проведенного анализа информации (УК-1.3);
- разработки и обоснования решений поставленных задач на основе полученных результатов исследования (УК-1.3);
- определение возможных направлений дальнейших исследований анализируемой проблемы (УК-1.1).

***Задание 4.*** Оформить отчет и документы практики в печатном и электронном виде и представить на защиту в соответствии с требованиями организации и в установленные графиком практики сроки.

Отчет должен быть оформлен в соответствии с предъявляемыми требованиями стандарта ВГУЭС СК-СТО-ТР-04-1.005-2015 «Требования к оформлению текстовой части выпускных квалификационных работ, курсовых работ (проектов), рефератов, контрольных работ, отчетов по практикам, лабораторным работам».

Руководитель практики  
канд.культурологии, доцент каф.ТГРБ

Задание получил студент  
«09» февраля 2026 г.

 В.Г. Ден

 М.Л. Мусатова



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНСТИТУТ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ И ТУРИЗМА  
КАФЕДРА ТУРИЗМА И ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

**КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН-ГРАФИК**

Студент Марина Леонидовна Мусатова группы БТУ-25-УР-1  
направляется для прохождения учебной практики по получению навыков  
исследовательской работы

Срок прохождения практики с «10» февраля 2026 г. по «28» июня 2026 г.

| Содержание выполняемых работ                                  | Сроки исполнения |            | Заключение<br>и оценка<br>руководителя<br>практики | Подпись<br>руководителя<br>практики |
|---------------------------------------------------------------|------------------|------------|----------------------------------------------------|-------------------------------------|
|                                                               | начало           | окончание  |                                                    |                                     |
| Анализ поставленной задачи                                    | 10.02.2026       | 18.02.2026 | отлично                                            | Деф                                 |
| Сбор и анализ информации                                      | 19.02.2026       | 31.05.2026 | отлично                                            | Деф                                 |
| Разработка решения поставленных задач                         | 02.06.2026       | 09.06.2026 | отлично                                            | Деф                                 |
| Оформление отчета и сдача<br>руководителю практики от кафедры | 10.06.2026       | 21.06.2026 | хорошо                                             | Деф                                 |
| Защита отчета                                                 | 26.06.2026       | 30.06.2026 | отлично                                            | Деф                                 |

Студент-практикант

Руководитель от кафедры

Мусатова М.Л. Мусатова

Деф В.Г. Ден



## Содержание

|                                                                  |    |
|------------------------------------------------------------------|----|
| Введение .....                                                   | 5  |
| 1 Теоретические аспекты .....                                    | 6  |
| 2 Туристические потоки по месяцам .....                          | 8  |
| 3 Успешные кейсы других регионов по сглаживанию сезонности ..... | 13 |
| 4 План действий в низкий сезон .....                             | 14 |
| Заключение.....                                                  | 18 |
| Список использованных источников.....                            | 20 |



## Введение

Владивосток, как крупный портовый город и административный центр Приморского края, обладает значительным туристическим потенциалом: уникальное географическое положение на побережье Японского моря, богатая история, самобытная культура и близость к странам Азиатско-Тихоокеанского региона привлекают путешественников. Однако развитие туристической отрасли в городе сталкивается с существенной проблемой ярко выраженной сезонностью туристических потоков, во многом обусловленной климатическими особенностями.

Муссонный климат Владивостока характеризуется прохладной и ветреной весной, относительно тёплым, но дождливым летом с туманами, мягкой и солнечной осенью, а также холодной и снежной зимой. Факторы напрямую влияют на динамику туристического спроса: пик приходится на август-сентябрь, тогда как зимние и ранневесенние месяцы демонстрируют резкое снижение числа гостей. Сезонность создаёт серьёзные вызовы для предприятий сферы гостеприимства: гостиничный и ресторанный бизнес испытывают неравномерную загрузку, что ведёт к финансовым потерям в низкий сезон, неэффективному использованию инфраструктуры, нестабильности занятости персонала и снижению общей рентабельности отрасли.

Актуальность данного научного-исследования обусловлена необходимостью поиска эффективных механизмов адаптации гостиничного и ресторанного бизнеса Владивостока к климатическим условиям с целью сглаживания сезонных колебаний спроса. Решение этой задачи позволит повысить экономическую устойчивость предприятий, оптимизировать использование ресурсов и способствовать устойчивому развитию туризма в регионе в течение всего года.

Объектом исследования выступает гостиничный и ресторанный бизнес Владивостока, а предметом методы и инструменты его адаптации к климатическим условиям для минимизации влияния сезонности.

Цель работы изучить влияние сезонности на гостинично-ресторанный сектор города Владивостока.

Для достижения поставленной цели необходимо решить ряд задач:

- проанализировать динамику туристических потоков по месяцам;
- исследовать причины сезонности с учётом климатических факторов;
- изучить успешные кейсы других регионов и стран по сглаживанию сезонности в туристической отрасли.

В работе использованы методы анализа статистических данных, сравнительного анализа успешных практик, маркетингового планирования и экономического прогнозирования. Информационную базу составили данные туристических агентств, статистика загрузки отелей, исследования отраслевых экспертов и примеры реализованных стратегий из отечественной и мировой практики.



## 1 Теоретические аспекты

Объектом настоящего исследования выступает гостиничный и ресторанный бизнес Владивостока как составная часть индустрии гостеприимства, функционирующая в условиях ярко выраженной сезонности туристического потока. Для корректного определения границ исследования необходимо уточнить содержание ключевых терминов, используемых в работе.

Туристический поток – это количество туристов, в том числе экскурсантов, совершающих поездки с различными туристическими целями в тот или иной регион в течение определённого периода времени. Данная категория рассматривается как управляемая, а количественная оценка туристического потока, как правило, опирается на данные о прибытиях и убытиях [1,2]. Федеральная служба государственной статистики (Росстат) определяет туристский поток как совокупность внутренних и въездных туристских поездок, совершённых на территорию субъекта Российской Федерации за отчётный период, и публикует соответствующие статистические данные в открытом доступе.

Сезонность в туризме – это устойчиво (из года в год) повторяющаяся, характерная для определённой территории цикличность туристской деятельности, связанная с изменением условий рекреации [3]. Сезонность проявляется во внутригодовых повышении или понижении уровней загрузки средств размещения, посещаемости предприятий питания и транспортной инфраструктуры. В теории и практике туризма выделяют высокий, средний и низкий сезоны. Высокий сезон характеризуется условиями наиболее полноценного использования туристами туристских ресурсов, тогда как низкий сезон отличается неблагоприятными погодными условиями, отсутствием большого числа путешественников и снижением цен на услуги. Межсезонье представляет собой периоды постепенного роста или сокращения интенсивности туристического потока; в российских условиях классическим примером межсезонья выступает бархатный сезон начало осени на черноморском побережье [4].

Гостиничный бизнес представляет собой один из основных видов деятельности в сфере туризма, включающий предоставление гостиничных услуг (услуг размещения) и организацию краткосрочного или длительного проживания в отелях, мотелях и других средствах размещения [5]. В профессиональной литературе гостиничный бизнес рассматривается как стремительно развивающаяся отрасль, сохраняющая высокую инвестиционную привлекательность даже в условиях экономической нестабильности [6]. Применительно к Владивостоку гостиничный бизнес выполняет двойную функцию: с одной стороны, обслуживает туристический поток, с другой обеспечивает размещение деловых гостей, прибывающих в административный центр Приморского края.

Индустрия гостеприимства – это комплексная сфера деятельности, объединяющая туризм, гостиничный и ресторанный бизнес, общественное питание, отдых и развлечения, а



также организацию конференций, семинаров и выставок. Основной целью индустрии гостеприимства выступает создание комфортных условий и удовлетворение разнообразных запросов потребителей, прежде всего туристов [7].

Важной характеристикой объекта исследования является муссонный климат Владивостока, который выступает ключевым природным фактором, формирующим сезонную динамику туристического потока. Муссонный климат – это тип климата, при котором основным механизмом циркуляции атмосферы являются муссоны, а характерным признаком выступает наличие ярко выраженных сухого и влажного сезонов с преобладанием господствующих ветров противоположных направлений [8].

Таким образом, объект исследования гостиничный и ресторанный бизнес Владивостока рассматривается в неразрывной связи с внешними факторами: сезонными колебаниями туристического потока, климатическими условиями региона и общими тенденциями развития индустрии гостеприимства.



## 2 Туристические потоки по месяцам

Зимний туристический поток во Владивостоке, несмотря на суровые погодные условия (температура от  $-10^{\circ}\text{C}$  до  $-20^{\circ}\text{C}$ , усиливаемая сильными ветрами). Объём турпотока за январь-февраль составляет 187 982 человека это минимальный показатель в году, однако он самый высокий среди Дальневосточного федерального округа на 2025 год [9].

Факторы, обуславливающие зимний турпоток: Уникальные зимние развлечения. Туристы активно пользуются возможностями для активного отдыха: катание на коньках по замёрзшему Амурскому заливу, лыжные прогулки по сопкам, сноубординг на близлежащих базах Японского моря привлекают туристов, ищущих атмосферный отдых. Это напрямую поддерживает ресторанный бизнес кафе и рестораны увеличивают посещаемость за счёт гостей, желающих совместить прогулку с тёплым ужином или чашкой глинтвейна.

Праздничный сезон. Новогодние и рождественские праздники (ярмарки, фестивали ледяных скульптур, массовые гуляния, концерты) становятся ключевым драйвером турпотока. Украшенная центральная площадь, улица адмирала Фокина, набережная Цесаревича создают дополнительную привлекательность. Гостиницы повышают загрузку благодаря корпоративным и семейным бронированиям на период праздников. Рестораны адаптируют меню, вводя сезонные позиции, горячие блюда, глинтвейны, тематические десерты, что увеличивает средний чек. Транзитный туризм. Владивосток остаётся важным перевалочным пунктом для поездок в Китай и другие страны Азии, что поддерживает базовый уровень загрузки гостиниц даже вне пиковых дат.

Высокая загрузка в праздничный период (конец декабря начало января), с бронированием за несколько месяцев вперёд. Крупные гостиницы в центре демонстрируют загрузку до 95%. Пик банкетов и корпоративов в новогодний период рестораны предлагают тематические ужины, семейные мероприятия, новогодние ёлки.

Минусы зимнего турпотока. Сезонные колебания. Резкое падение загрузки отелей и ресторанов вне праздничного периода требует гибких маркетинговых стратегий для поддержания доходности. Погодные условия. Суровый климат (низкие температуры, сильные ветры) ограничивает активность туристов, особенно на открытых площадках. Это влияет на уличную инфраструктуру. Логистические сложности. Мороз и снег усложняют доставку продуктов, обслуживание уличных точек, организацию трансферов, что может приводить к задержкам и дополнительным затратам.

Весенний туристический поток во Владивостоке (430 122 человека за март май) представляет собой средний показатель в годовом цикле, но остается самым большим среди Дальневосточного федерального округа на 2025 год, напрямую влияя на ресторанный и гостиничный бизнес [9].



Климатические особенности: весна во Владивостоке переменчива в марте возможны снег и оттепели, в апреле часто туманы, а тёплая погода устанавливается только в мае. У побережья всегда прохладнее, чем в центре города, что ограничивает активность туристов.

Пробуждение природы, ранний весенний расцвет уникальных растений, цветение сакуры (конец апреля май), появление уток-мандаринок в районе протоки Солёной привлекают любителей природы. Цветение сакуры делает Владивосток одной из немногих точек в России, где можно увидеть ханами это, становится значимым событийным фактором.

Начало активного сезона на природе: с апреля стартует сезон походов, морских прогулок, SUP-сёрфинга, каякинга и первых водных выходов. Популярны маршруты по сопкам (Бурячка, Орлиное гнездо) и прибрежным тропам, прогулки по набережным и в Нагорном парке. Рыболовный туризм, в марте начинается клёв минтая и корюшки, с апреля краснопёрки и угай. Пока вода прохладная, рыба держится ближе к берегу, что привлекает рыболовов.

Влияние на гостиничный бизнес. Умеренная загрузка отелей: весной загрузка гостиниц ниже, чем в летний пик, но выше, чем в «мёртвый» зимний сезон. Бизнес использует гибкую ценовую политику: скидки, бонусные программы, пакетные предложения (проживание + экскурсии, проживание + трансфер). Сотрудничество с турфирмами гостиницы заключают договоры с туроператорами на размещение групп, участвующих в весенних маршрутах.

Влияние на ресторанный бизнес. Рост посещаемости: гастрономические фестивали привлекают гостей в рестораны и кафе. Повышается спрос на блюда из свежих морепродуктов (мидии, минтай, корюшка), локальные специалитеты. Тематические меню, рестораны разрабатывают сезонные меню, вдохновлённые цветением рододендрона и сакуры, предлагают специальные сеты с морепродуктами.

Минусы весеннего турпотока. Погодные риски: переменчивая погода (туманы, перепады температур, прохладный ветер у моря) может снижать активность туристов, особенно в марте-апреле. Это влияет на уличную инфраструктуру. Неравномерность загрузки: пиковые всплески спроса связаны с фестивалями и событиями, меж фестивальный период загрузка падает. Гостиницам и ресторанам сложно планировать ресурсы. Ограничения по длительности пребывания: весной туристы, как правило, приезжают на короткие сроки (2–3 дня), что снижает общий объём потребления услуг по сравнению с летним сезоном. Зависимость от событийного календаря: отмена или перенос фестивалей (из-за погоды, организационных причин) напрямую влияет на турпоток и доходы бизнеса.

Кадровая проблема: сезонный всплеск спроса требует дополнительных сотрудников (официанты, гиды, обслуживающий персонал), при этом сохраняется проблема текучести кадров.



Летний сезон (июнь–август) пиковый период туристической активности во Владивостоке, с турпотоком в 1 196 321 человек, что существенно влияет на ресторанный и гостиничный бизнес. Этот всплеск обусловлен совокупностью факторов: климатическими преимуществами, событийным календарём, развитием инфраструктуры и растущим интересом к дальневосточному направлению. Самый высокий среди Дальневосточного федерального округа на 2025 год [9].

Факторы, обуславливающие высокий турпоток, продолжительный купальный сезон (до сентября), морское побережье с пляжами (например, Шамора, Лазурный), живописные сопки (Бурачка, Орлиное гнездо) с панорамными видами, морские прогулки к острову Русский, мыс Тобизина.

Событийный календарь, фестивали, спортивные мероприятия, культурные события. Туристические пакеты, комбинированные туры, программы «всё включено» с размещением и питанием, экскурсии с трансфером и дегустациями. Влияние на гостиничный бизнес. Высокая загрузка отелей (до 90–100%) бронирование стартует за несколько месяцев, особенно в июле–августе. Рост цен на проживание (на 30–50% по сравнению с межсезоньем) обусловлен спросом и ограниченными ресурсами размещения. Увеличение спроса на краткосрочную аренду (2–5 дней) связано с характером летних поездок (выходные, отпуск).

Влияние на ресторанный бизнес: Рост посещаемости на 40–60% туристы активно исследуют местную кухню, посещают уличные кафе и фуд-корты. Увеличение среднего чека за счёт: Гастрономических туров с дегустациями; Минусы летнего турпотока. Дефицит мест размещения: нехватка номеров в пиковые даты (июль–август); перегрузка инфраструктуры в популярных районах. Сезонная зависимость. Резкий спад спроса после августа, требующий перераспределения ресурсов; необходимость подготовки к «низкому» сезону (обновление меню, ремонт номеров). Проблемы с качеством сервиса. Перегрузка персонала может снижать уровень обслуживания; необходимость контроля за соблюдением стандартов в условиях высокого спроса.

Осенний туристический сезон во Владивостоке (сентябрь–ноябрь) характеризуется выраженной двухфазностью: высокий всплеск в начале сентября (традиционный «бархатный сезон») с последующим постепенным спадом до зимних минимумов. Общий турпоток за три месяца составляет 722 718 человек, это промежуточный показатель между летним пиком (1 196 321 чел.) и зимним спадом (187 982 чел.). Динамика напрямую влияет на загрузку гостиничного сектора и рентабельность ресторанного бизнеса [9].

Факторы, обуславливающие динамику турпотока. Начало сентября тёплая погода (средние температуры +18...+22°C), комфортная для экскурсий и активного отдыха, заверше-



ние школьных каникул и отпусков семьи с детьми завершают летний отдых, проведение отраслевых форумов (например, ВЭФ Восточный экономический форум), привлекающих деловой туризм. Влияние на гостиничный бизнес. Сентябрь отели 3–5\* в центре города заполнены на 70–85% (особенно вблизи ВЭФ-локаций), повышенный спрос на апартаменты и гостевые дома (семейный сегмент), рост цен на 20–30% по сравнению с ноябрём, специальные предложения для деловых туристов (конференц-залы, трансферы), повышенный спрос на краткосрочную аренду (3–5 дней). Октябрь–ноябрь загрузка падает до 40–50%, особенно в середине октября, отели применяют гибкие скидки (15–25%) и пакетные предложения («проживание + экскурсия»).

Сезонная динамика туристического потока Владивостока и её влияние на гостиничный и ресторанный бизнес по данным 2025 г. представлена в таблице 1 [9].

Таблица 1 – Сезонная динамика туристического потока Владивостока

| Сезон | Турпоток, чел. | Доля в годовом потоке, % | Климатические условия                                                                                        | Загрузка отелей, %                        | Посещаемость ресторанов                                                           | Основные проблемы                                                                                          |
|-------|----------------|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Зима  | 187 982        | 7,4                      | –10...–20 °С, сильные ветра, ясная морозная погода                                                           | до 95 (в праздники); резкое падение после | Рост на корпоративах и банкетах; вне праздников — спад                            | Резкий обвал после праздников; низкие температуры ограничивают уличную активность; логистические сложности |
| Весна | 430 122        | 17,0                     | Переменчивая: снег и оттепели в марте, туманы в апреле, тёплая погода с мая                                  | Умеренная (выше зимней, ниже летней)      | Рост за счёт гастрофестивалей; спрос на сезонные морепродукты                     | Погодные риски; межфестивальные провалы; короткий срок пребывания (2–3 дня); текучесть кадров              |
| Лето  | 1 196 321      | 47,1                     | +18...+22 °С, дождливо, туманы в первой половине, тайфуны                                                    | 90–100                                    | Рост на 40–60%; высокий спрос на уличную еду и террасы                            | Дефицит номеров; перегрузка инфраструктуры; падение качества сервиса; резкий спад после августа            |
| Осень | 722 718        | 28,5                     | Сентябрь: +18...+22 °С (бархатный сезон); октябрь–ноябрь: похолодание до +8...+12 °С, усиление ветра, осадки | 70–85 (сентябрь); 40–50 (октябрь–ноябрь)  | +30–40% в сентябре; снижение на 20–30% к ноябрю; смещение на тёплые блюда и гриль | Двухфазность: резкий спад после сентября; необходимость гибких скидок и пакетных предложений               |

Составлено автором по [9]



Влияние на ресторанный бизнес. Сентябрь рост посещаемости на 30–40%, увеличение среднего чека на 15–20% за счёт туристов, популярность летних и переходных меню (море-продукты, свежие овощи, лёгкие супы), высокий спрос на уличную еду и террасы (пока позволяет погода), рост заказов банкетов и корпоративных ужинов (в рамках ВЭФ и корпоративных мероприятий). Октябрь-ноябрь снижение посещаемости на 20–30% по сравнению с сентябрем, смещение акцента на тёплые блюда, супы, гриль, местные деликатесы [10].

Вывод из анализа сезонной динамики турпотока во Владивостоке в 2025 году видно, что туризм здесь сильно зависит от времени года: пик приходится на лето, осенью поток постепенно снижается, весной держится на среднем уровне, а зимой фиксируется минимум. При этом город остаётся лидером по турпотоку в ДФО. На загрузку гостиниц и ресторанов напрямую влияют сезонность и событийный календарь праздники, фестивали, деловые форумы создают всплески спроса даже в «низкие» сезоны. Бизнес адаптируется: меняет меню, вводит спецпредложения и гибкую ценовую политику, но сталкивается с проблемами перегрузкой в пик, падением загрузки в межсезонье, погодными и логистическими сложностями, кадровой текучестью. Важную роль играет транзитный туризм он помогает поддерживать загрузку отелей вне пиковых периодов. Значит, для устойчивости гостинично-ресторанного бизнеса важно развивать событийную повестку и применять гибкие стратегии, чтобы сглаживать сезонные колебания.



### 3 Успешные кейсы других регионов по сглаживанию сезонности

Бутик-отель в Сочи. В октябре отель снизил цены на 15%, но добавил бесплатный трансфер до центра города. Это позволило увеличить загрузку на 22% по сравнению с прошлым годом. Ключевой момент не просто снижение цены, а добавление ценности для гостя, что сделало предложение более привлекательным даже в несезон.

Отель в Подмосковье запустил акцию, ориентированную на местных жителей, и активно продвигал её через Instagram и «ВКонтакте». За один осенний месяц загрузка выросла на 30%. Стратегия сработала благодаря фокусу на локальную аудиторию, которая ищет минипутешествия без перелёта или места для свидания [11].

На традиционно летнем курорте Мадейры (Португалия) ИИ помог снизить сезонность за счёт гиперперсонализации маркетинговых кампаний. Нейросети анализируют предпочтения потенциальных туристов и адаптируют информационные рассылки под их индивидуальные интересы например, пешеходные туры или гастрономические мероприятия. Это стимулирует зимний туризм, привлекая аудиторию, которая ранее не рассматривала поездку в несезон [12].

В южных регионах Испании зима бесснежная, но это не мешает туризму. Велнес-программы, отели предлагают «зимние детокс-курсы» с диетологами и фитнес-тренерами. Спортивные сборы: профессиональные велосипедисты и бегуны выбирают Коста-дель-Соль для зимних тренировок из-за мягкий климат.

Один из примеров успешного сглаживания сезонности в регионе с холодной и ветреной зимой, без снега и северного сияния, город Великий Устюг (Вологодская область). Несмотря на суровые зимние условия, местные власти и бизнес смогли привлечь туристов за счёт создания уникального бренда и диверсификации предложений. Создание бренда «Родина Деда Мороза». Великий Устюг позиционируется как родина Деда Мороза, что привлекает туристов в зимний период. В резиденции доступны экскурсии по тронному залу, музею и мастерским, возможность пообщаться с Дедом Морозом, отправить открытки, купить сувениры или поучаствовать в мастер-классах. Это создаёт устойчивый поток гостей, особенно в преддверии новогодних праздников и после них. Продвижение народных промыслов. В Великом Устюге работают завод «Северная чернь» и фабрика «Великоустюгские узоры» (изделия ручной работы). Организуются мастер-классы и экскурсии, что привлекает туристов, интересующихся ремёслами. Маркетинговые кампании. Активное продвижение бренда «Родина Деда Мороза» через СМИ [13].

Можно заключить, что сезонность в туризме можно сглаживать разными способами. Ключевой фактор успеха не просто удешевление, а формирование привлекательного предложения под потребности целевой аудитории.



#### 4 План действий в низкий сезон

В ходе научно-исследовательского анализа сезонности туристического потока выявлено, что целесообразно дополнить пакет услуг проживания круглогодичными экскурсиями. Такие экскурсии не зависят от времени года и позволят существенно разнообразить впечатления гостей, повысив привлекательность предложения вне пиковых сезонов.

Программа на день в роли морского биолога. Программа включает комфортное проживание, увлекательную экскурсию на морской биологический стационар ДВО РАН, где туристы познакомьтесь с реальной научной работой и узнаете о современных исследованиях морских экосистем. Туристов ждёт мастер-класс по изучению морских организмов под микроскопом: туристы научится работать с оптическим оборудованием и увидят мельчайшие формы жизни во всех деталях. В рамках практической части туристы примут участие в сборе образцов планктона под руководством опытных учёных осваивают базовые методики полевых исследований и узнаете, как правильно отбирать и фиксировать биологический материал. Завершит программу фотосессия в научном стиле с морскими экспонатами туристы смогут запечатлеть яркие моменты дня в атмосфере настоящей научной лаборатории среди коллекций, приборов и образцов морской флоры и фауны.

Событийный туризм остается в фокусе регионов: по данным опросов, 58% регионов считают его приоритетным в 2025 году, а на Дальнем Востоке поток туристов вырос на 10% благодаря развитию событийных и гастрономических программ [14].

Программа «Гость-волонтер» предлагает гостям принять активное участие в экологических акциях туристы смогут внести свой вклад в сохранение природы, участвуя в уборке побережья и посадке деревьев. По завершении волонтерской деятельности каждый участник получает сертификат «Эко-гость Владивостока», который даёт особые привилегии в отеле. Кроме того, программа включает совместные ужины с местными экологами и активистами это отличная возможность пообщаться с единомышленниками, узнать больше о природоохранных проектах региона и обменяться опытом в сфере экологической ответственности.

В России число эко туристов увеличилось до 14 млн в 2023 году, и более 25% россиян планируют в 2025 году посетить национальные парки и заповедники, что свидетельствует об инвестиционной привлекательности этого направления [15].

Отель приглашает туристов любителей фотографии отправиться в уникальное путешествие, отель подготовили специальные маршруты по лучшим локациям для съёмки в два живописных сезона в октябре–ноябре и феврале–марте, когда природа Владивостока раскрывается особенно выразительно. В рамках программы гости получают подробные рекомендации от профессиональных фотографов: туристов научат работать в сложных погодных условиях грамотно выстраивать кадр в тумане, учитывать влияние ветра на композицию и настраивать



оборудование для съёмки в снегопад. Во время проживания в отеле туристы смогут обсудить тонкости мастерства с единомышленниками и получить персональные советы в неформальной обстановке. По завершении фотоэкспедиции все участники смогут представить свои работы на итоговой выставке, которая пройдёт в арт-зоне отеля это отличная возможность показать свои таланты широкой аудитории. В конце проекта состоится торжественное награждение лучших фотографов: авторы самых ярких и запоминающихся кадров получают памятные призы и специальные привилегии от отеля, например, скидку на следующее проживание или бесплатный доступ к VIP-услугам.

Программа «Метеоролог на сутки» позволит гостям окунуться в мир метеорологии: участники получают доступ к метеостанциям отеля и актуальным данным Приморского УГМС, а под руководством опытного специалиста самостоятельно составят прогноз погоды на ближайшие 3 дня. В рамках программы гости примут участие в реальном сборе метеорологических данных измерят температуру воды у берега, оценят силу ветра и зафиксируют показатели атмосферного давления. По завершении увлекательного погружения в профессию каждый участник получит сертификат «Почётный метеоролог Владивостока» и специальную скидку на следующее проживание в отеле.

Программа «Письмо в будущее» предлагает гостям отеля стать частью необычной традиции: в отеле создаётся капсула времени, куда каждый желающий может поместить собственное письмо, адресованное себе в будущем или следующим путешественникам. Участники самостоятельно указывают дату открытия послания через 1, 3 или 5 лет, после чего письма аккуратно запечатываются. При следующем визите в отель гость может забрать уже открытое письмо, чтобы окунуться в воспоминания, или написать новое продолжить увлекательную игру со временем. С разрешения авторов отель ведёт публичный архив писем: так гости могут познакомиться с мыслями и впечатлениями других путешественников, ощутить связь времён и добавить в своё путешествие особую эмоциональную глубину.

В ходе научно-исследовательского анализа сезонности посещаемости ресторана выявлено, что целесообразно дополнить пакет услуг круглогодичными гастрономическими программами. Такие программы не зависят от времени года и позволят существенно разнообразить впечатления гостей, повысив привлекательность заведения вне пиковых сезонов. Например, это могут быть тематические ужины, кулинарные мастер-классы, дегустации или интерактивные мероприятия они помогут поддерживать интерес аудитории и стимулировать визиты в периоды традиционно низкого спроса.

Программа «Лаборатория морских вкусов» приглашает гостей на увлекательный кулинарный мастер-класс с шеф-поваром: участники создадут собственные авторские рецепты из



свежих местных морепродуктов, освоят тонкости работы с дарами моря и узнают профессиональные секреты приготовления изысканных блюд. После творческой части всех ждёт дегустация экспериментальных кулинарных композиций гости смогут оценить результаты совместной работы и принять участие в голосовании за лучший рецепт. Автор победившего блюда получит особое признание: его кулинарное творение будет включено в меню ресторана и останется там на весь месяц, позволяя другим гостям познакомиться с гастрономическим творчеством участника программы.

Программа «Кулинарный барометр» предлагает гостям уникальное гастрономическое путешествие: меню каждого дня формируется в зависимости от погодных условий. В туманные дни акцент смещается на сытные супы и согревающие горячие напитки, при ветреной погоде в меню появляются блюда с яркими специями, в морозные дни гостей радуют калорийные блюда с морепродуктами, а во время оттепели лёгкие салаты с водорослями. Каждому гостю выдаётся специальная карточка «Кулинарного барометра», где отмечаются текущие погодные условия и соответствующее блюдо дня. Собрав 5 таких карточек, участник программы получает приятный бонус десерт в подарок.

Программа «Кулинарный барометр удачи» подарит гостям порцию веселья и приятных сюрпризов: при входе в ресторан каждый участник крутит барабан с разнообразными секторами «Туманный суп», «Ветренный салат», «Штормовой десерт» и другими необычными названиями блюд. То, что выпало, подаётся со скидкой 20 %. А если гостю улыбнулась особая удача и ему досталось блюдо дня, оно предоставляется совершенно бесплатно.

Программа «Бабушка готовит» приглашает гостей на цикл душевных ужинов, где блюда создают не профессиональные повара, а местные бабушки настоящие хранительницы семейных рецептов Владивостока. За каждым блюдом стоит своя история: во время ужина каждая бабушка делится воспоминаниями и рассказывает, как то или иное кушанье появилось в её семье, какие традиции с ним связаны и какие секреты передаются из поколения в поколение. Гости не только насладятся домашней кухней с подлинным местным колоритом, но и смогут глубже погрузиться в гастрономическую культуру региона. А те, кто захочет освоить полюбившиеся рецепты своими руками, могут записаться на индивидуальный мастер-класс к выбранной бабушке чтобы под её чутким руководством научиться готовить блюда, пропитанные теплом и многолетней семейной традицией.

Молодёжь и глобальные путешественники отдают предпочтение эмоционально насыщенным и значимым поездкам: для аудитории 18–24 лет важны события, фестивали и местные активности, а 83% молодых россиян считают семейный отдых самым интересным форматом. В мире растёт популярность веллнес-ретритов, отдыха вне цивилизации и кулинарных направлений, что подтверждает тренд на впечатления как ключевую ценность путешествий [16].



Программа «Тайный ужин Владивосток» предлагает раз в месяц посетить эксклюзивный закрытый ужин, рассчитанный всего на 10–12 гостей, с полностью секретным меню. Во время вечера блюда подаются без названий участники пробуют гастрономические композиции, пытаются угадать входящие в них ингредиенты и активно делятся своими впечатлениями и догадками. В завершение вечера шеф-повар раскрывает секреты приготовления: гости узнают полные рецепты всех блюд, а на память получают профессиональные фотографии с этого необычного гастрономического события.

Вывод анализ подтверждает эффективность тематических программ для сглаживания сезонности туристического потока во Владивостоке. Разнообразные форматы от научных и волонтерских до фотоэкспедиций и гастрономических мероприятий обеспечивают устойчивый интерес гостей в течение всего года. Ключевым фактором выступает вовлечённость туриста через практический опыт и эмоциональные впечатления. Растущий спрос на событийный и экотуризм, а также предпочтения молодой аудитории подтверждают актуальность такого подхода. Интерактивные гастрономические форматы, включая мастер-классы, тематические ужины и нестандартные концепции усиливают привлекательность региона и способствуют повышению загрузки отелей и ресторанов в периоды низкого спроса.



## Заключение

Анализ сезонной динамики туристического потока во Владивостоке выявляет чёткую закономерность: активность гостей города существенно варьируется в зависимости от времени года. Внедрение новых программ для гостиничного и ресторанного бизнеса открывает реальные перспективы для снижения зависимости от сезонных колебаний.

Эти программы решают сразу несколько задач: привлекают туристов в межсезонье за счёт эксклюзивных активностей, повышают эмоциональную вовлечённость гостей и укрепляют их лояльность, расширяют целевую аудиторию от любителей науки и природы до творческих личностей, а также создают дополнительные источники дохода (продажа сертификатов, фотоуслуг, привилегий). Для ресторанного бизнеса предложены гастрономические программы. «Лаборатория морских вкусов» – это кулинарный мастер-класс с шефа-поваром и дегустацией экспериментальных блюд. «Кулинарный барометр» предлагает меню, меняющееся в зависимости от погоды, с бонусами за сбор карточек. «Кулинарный барометр удачи» реализует интерактивный формат с розыгрышами блюд со скидками или бесплатно. Программа «Бабушка готовит» организует ужины с местными бабушками, рассказывающими семейные истории, и мастер-классы по традиционным рецептам. «Тайный ужин Владивосток» ежемесячный закрытый ужин с секретным меню и профессиональной фотосъёмкой.

Такие инициативы позволяют поддерживать посещаемость ресторанов в низкий сезон, увеличивать средний чек за счёт тематических ужинов и интерактивных форматов, подчёркивать локальную идентичность и аутентичность предложения, а также привлекать новые категории гостей (местные жители, гурманы, любители необычных впечатлений). Реализация этих программ принесёт бизнесу ряд стратегических преимуществ. Диверсификация услуг за счёт расширения ассортимента предложений снижает зависимость от традиционных источников дохода. Укрепление имиджа позволяет позиционировать Владивосток как круглогодичное направление с уникальными возможностями для отдыха, науки, экологии и гастрономии. Повышение лояльности достигается через эмоциональные впечатления и персонализированный подход, что стимулирует повторные визиты и рекомендации. Расширение аудитории происходит за счёт привлечения не только туристов, но и местных жителей (корпоративы, семейные ужины, фотопрогулки). Партнёрский потенциал усиливается благодаря сотрудничеству с научными организациями, экологами, местными сообществами и блогерами, что повышает маркетинговые возможности и снижает затраты. Гибкость обеспечивается возможностью адаптировать программы под текущие условия (погода, спрос), делая бизнес более устойчивым.

Для достижения максимального эффекта важно учитывать ряд аспектов при внедрении программ. Поэтапный запуск предполагает начало с 1–2 пилотных программ в каждой категории (отель и ресторан), сбор обратной связи и доработку формата. Активное продвижение



включает создание отдельных страниц на сайте и в соцсетях, запуск таргетированной рекламы, сотрудничество с блогерами и туристическими порталами. Партнёрства необходимо установить с ДВО РАН, экологическими организациями, местными бабушками-кулинарами и другими сообществами для совместных акций и снижения затрат. Обучение персонала требует проведения тренингов для сотрудников, чтобы они уверенно предлагали и проводили новые активности. Система лояльности может быть введена через бонусы за участие в программах, например, скидка на следующее проживание за участие в трёх активностях. Мониторинг и адаптация подразумевают регулярный анализ загрузки, среднего чека и отзывов, а также корректировку цен и расписания программ.

В итоге внедрение предложенных программ позволит гостиничному и ресторанному бизнесу Владивостока не просто компенсировать потери в низкий сезон, но и сформировать устойчивый спрос за счёт уникального опыта. Сочетание научных, экологических, гастрономических и творческих активностей сделает город привлекательным в любое время года, снизит зависимость от погодных условий и событийного календаря, а также укрепит позиции местных предприятий на фоне конкурентов. В долгосрочной перспективе это создаст более стабильную бизнес-модель с равномерной загрузкой в течение года и повысит конкурентоспособность Владивостока как туристического центра Дальневосточного федерального округа.



## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1 Королева Н.В. Теоретические аспекты понимания сущности категории «туристский поток» и некоторые проблемы его количественной оценки // Н.В. Королева. – Текст: электронный // КиберЛенинка: научная электронная библиотека: [сайт]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-aspekty-ponimaniya-suschnosti-kategorii-turistskiy-potok-i-nekotorye-problemy-ego-kolichestvennoy-otsenki> (дата обращения: 01.06.2026).

2 Климова Т.Б. К проблематике чрезмерного туризма: поиск путей решения. – Текст: электронный // Российское предпринимательство: научный журнал: [сайт] – URL: <https://rrbusiness.ru/journal/article/2901> (дата обращения: 01.06.2026).

3 Логвина Е.В. Экотуризм – развитие и проблемы в России и республике / Е.В. Логвина. – Текст: электронный // Геополитика: [сайт]. – URL: <https://geopolitika.cfuv.ru/wpcontent/uploads/2018/10/011logvina.pdf> (дата обращения: 02.06.2026).

4 Туризм на пределе: как сезонность влияет на индустрию путешествий. – Текст: электронный. – 2025. – 24 марта // Медиапортал «РБК»: [сайт] – URL: <https://trends.rbc.ru/trends/social/67dd7cec9a7947ebcf10d350> (дата обращения: 02.06.2026).

5 Баценкова Д.В. Термин гостиничный бизнес // Баценкова Д.В. – Текст : электронный – 2024 – 2 июля // Медиапортал Издательство «Интерактив плюс» : официальный [сайт]. – URL: <https://interactive-plus.ru/ru/keyword/7256/articles> (дата обращения: 04.06.2026).

6 Рогова, А. С. «Вектор экономики» / А. С. Рогова. – Текст: электронный // Библиотека туризма: [сайт]. – URL: [https://tourlib.net/statti\\_tourism/rogoval.htm](https://tourlib.net/statti_tourism/rogoval.htm) (дата обращения: 06.06.2026).

7 Роль и место гостеприимства в сфере услуг – Текст: электронный // Библиотека Buklib.net: [сайт]. – URL: <https://buklib.net/books/22788> (дата обращения: 07.06.2026).

8 Муссонный климат. – Текст: электронный // Словари и энциклопедии на Академике: [сайт]. – URL: [https://geography\\_ru.academic.ru/4193/муссонный\\_климат](https://geography_ru.academic.ru/4193/муссонный_климат) (дата обращения: 08.06.2026).

9 Статистика туризма. – Текст: электронный // Федеральная служба государственной статистики (Росстат): официальный [сайт]. – URL: <https://www.rosstat.gov.ru/statistics/turizm> (дата обращения: 08.06.2026).

10 Сезонные особенности туризма во Владивостоке. – Текст: электронный // Sputnik8: [сайт]. – URL: <https://www.sputnik8.com/ru/vladivostok/pages/sezonnye-osobennosti-turizma-vo-vladivostoke> (дата обращения: 09.06.2026).



11 Высокая загрузка отеля в низкий сезон. – Текст: электронный. 2025 – 29 сентября // Медиапортал Bnovo (Lotele): блог компании [сайт] – URL: <https://lotele.ru/blog/vyisokaya-zagruzka-otelya-v-nizkiy-sezon/> (дата обращения: 10.06.2026).

12 Использование GigaChat API в туризме – Текст: электронный // SberDev: сайт для разработчиков. – [сайт] <https://developers.sber.ru/help/gigachat-api/ai-in-tourism> (дата обращения: 11.06.2026).

13 Отпуск в январе: какие регионы зарабатывают на зимнем туризме – Текст: электронный. – 2025 – 16 января // Медиапортал «РБК»: [сайт] – URL: <https://trends.rbc.ru/trends/social/6786009d9a79478cd6ea452a> (дата обращения: 12.06.2026).

14 Событийный и гастрономический туризм развивают на Дальнем Востоке. – Текст : электронный // ФАНУ «Востокгосплан» : официальный [сайт] – URL: <https://vostokgosplan.ru/sobytijnyj-i-gastronomicheskij-turizm-razvivajut-na-dalnem-vostoke/> (дата обращения: 13.06.2026).

15 Экотуризм в России: как развивается рынок и в чем его особенности. – Текст: электронный // СберПро : [сайт]. – URL: <https://sber.pro/publication/ekoturizm-v-rossii-kak-razvivaetsya-rynok-i-v-chyom-ego-osobennosti/> (дата обращения: 14.06.2026).

16 В России 83% молодежи считают семейный отдых наиболее интересным форматом путешествий. – Текст: электронный // Аналитический центр НАФИ: официальный [сайт] – URL: <https://nafi.ru/polls/v-rossii-83-molodezhi-schitayut-semeynyy-otdykh-naibolee-interesnym-formatom-puteshestviy/> (дата обращения: 15.06.2026).