

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

ОТЧЕТ
ПО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ
ПО ПОЛУЧЕНИЮ НАВЫКОВ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ

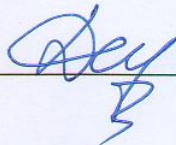
Анализ востребованности кинотуризма и предложения по
его развитию в Приморском крае

Студент
гр. БТУ-25-УР1



А.В. Чиркина

Руководитель
канд.культурологии, доцент



В.Г. Ден

Владивосток 2026

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

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ
на учебную практику по получению навыков исследовательской работы

Студенту Чиркиной Алисе Витальевне БТУ-25УР1

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

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

Срок прохождения практики с «09» февраля 2026 г. по «27» 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.

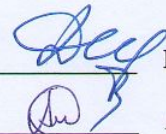
- формулировка выводов и заключений по результатам проведенного анализа информации (УК-1.3);
- разработки и обоснования решений поставленных задач на основе полученных результатов исследования (УК-1.3);
- определение возможных направлений дальнейших исследований анализируемой проблемы (УК-1.1).

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
«08» февраля 2026 г.



В.Г. Ден



А.В. Чиркина

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

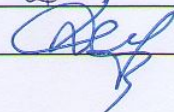
КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН-ГРАФИК

Студент Чиркина Алиса Витальевна группы БТУ-25-УР1
направляется для прохождения учебной практики по получению навыков
исследовательской работы

Срок прохождения практики с «09» февраля 2026 г. по «27» июня 2026 г.

Содержание выполняемых работ	Сроки исполнения		Заключение и оценка руководител я практики	Подпись руководителя практики
	начало	окончание		
Анализ поставленной задачи	09.03.2026	18.03.2026	отлично	Ден
Сбор и анализ информации	19.03.2026	31.03.2026	отлично	Ден
Разработка решения поставленных задач	02.04.2026	09.04.2026	отлично	Ден
Оформление отчета и сдача руководителю практики от кафедры	10.05.2026	21.05.2026	отлично	Ден
Защита отчета	23.06.2026	27.06.2026	хорошо	Ден

Студент-практикант

А.В. Чиркина

Руководитель от кафедры

В.Г. Ден

Содержание

Введение	5
1 Анализ потенциала и перспектив развития кинотуризма в гостинично-ресторанном бизнесе	6
1.1 Понятие, сущность, классификация кинотуризма	6
2 Сбор, систематизация и анализ информации о современном состоянии кинотуризма.....	8
2.1 Анализ мирового опыта кинотуризма.....	8
2.2 Анализ опыта кинотуризма в России.....	9
2.3 Анализ состояния кинотуризма в Приморском крае	10
Заключение	15
Список использованных источников	16

Введение

Учебная практика является неотъемлемой частью подготовки бакалавров по направлению 43.03.02 Туризм, профиль «Управление ресторанным и гостиничным бизнесом». Практика проходила на базе ФГБОУ ВО «ВВГУ», ИТКИ, кафедра туризма и гостинично-ресторанного бизнеса, в период с 09 февраля 2026 г. по 27 июня 2026 г., и включала часы дежурства, волонтерской деятельности и участия в субботниках.

Актуальность исследования обуславливается необходимостью системного анализа текущего состояния и перспективных направлений развития кинотуризма как одного из наиболее динамично развивающихся сегментов современной туристской индустрии. В условиях роста популярности кинематографа и сериальной культуры, а также стремления туристов к уникальным и иммерсивным впечатлениям, кинотуризм становится эффективным инструментом продвижения территорий и развития гостинично-ресторанного бизнеса.

Объектом исследования является кинотуризм как перспективное направление туристской деятельности.

Предметом исследования выступают организационно-экономические и маркетинговые аспекты развития кинотуризма в контексте гостинично-ресторанного бизнеса.

Целью исследования является анализ кинотуризма и разработка предложений по его использованию в деятельности предприятий гостинично-ресторанного бизнеса.

Поставленная цель определяет следующие задачи:

- 1 проанализировать актуальное состояние, проблемы и перспективы развития кинотуризма, а также его влияние на гостинично-ресторанную сферу;
- 2 осуществить сбор и систематизацию информации о ресурсах и лучших практиках кинотуризма в России и за рубежом;
- 3 сформулировать выводы и разработать обоснованные рекомендации по внедрению элементов кинотуризма в деятельность предприятий гостинично-ресторанного бизнеса.

При выполнении поставленных задач были использованы методы: анализ научной и методической литературы, сравнительный анализ, систематизация и обобщение информации, метод наблюдения.

1 Анализ потенциала и перспектив развития кинотуризма в гостинично-ресторанном бизнесе

1.1 Понятие, сущность, классификация кинотуризма

Кинотуризм как явление представляет собой одну из наиболее динамично развивающихся форм современного туризма, напрямую связанную с кинематографическим контентом. В условиях глобализации и цифровизации досуга, когда кино и сериалы стали неотъемлемой частью повседневной жизни миллиардов людей, интерес к местам съемок, киногородам и локациям, связанным с любимыми фильмами, приобретает устойчивый и массовый характер. Данное направление вызывает интерес не только у туристов, но и у специалистов в области гостеприимства, поскольку оно открывает новые возможности для создания уникальных продуктов, повышения загрузки объектов размещения.

Кинотуризм – это вид культурно-познавательного туризма, который заключается в посещении локаций, связанных с кино, телесериалами или мультфильмами, с целью глубже погрузиться в их атмосферу, получить новые знания о фильме и стать ближе к вымышленному миру, который полюбили [1].

У кинотуризма нет единой жёсткой классификации – исследователи подходят к вопросу с разных сторон.

Здесь фокус на том, что именно побуждает человека отправиться в такое путешествие.

Классификация представлена в таблице 1 [1].

Таблица 1 – Классификация кинотуризма и их влияние

Категория объектов кинотуризма	Примеры	Влияние на гостинично-ресторанный бизнес
Природные кинолокации	Побережья, скалы, парки	Рост спроса на экскурсионное обслуживание, кемпинги, питание на выезде
Архитектурные и исторические объекты	Здания, мосты, крепости	Увеличение загрузки отелей вблизи локаций, развитие сувенирной торговли
Кинопарки и студии	Специализированные комплексы	Привлечение семейной аудитории, создание тематических кафе и гостиниц
Городская среда, использованная в съемках	Улицы, площади, набережные	Повышение узнаваемости дестинации, рост посещаемости ресторанов и кафе

Составлено автором по [1]

Данные таблицы подтверждают, что разные типы кинолокаций оказывают различное влияние на сферу гостеприимства, что требует дифференцированного подхода при разработке туристских продуктов и маркетинговых стратегий.

Дополнительно была составлена схема, отражающая ключевые факторы, способствующие развитию кинотуризма, и направления их влияния на гостинично-ресторанный бизнес (рисунок) [2].

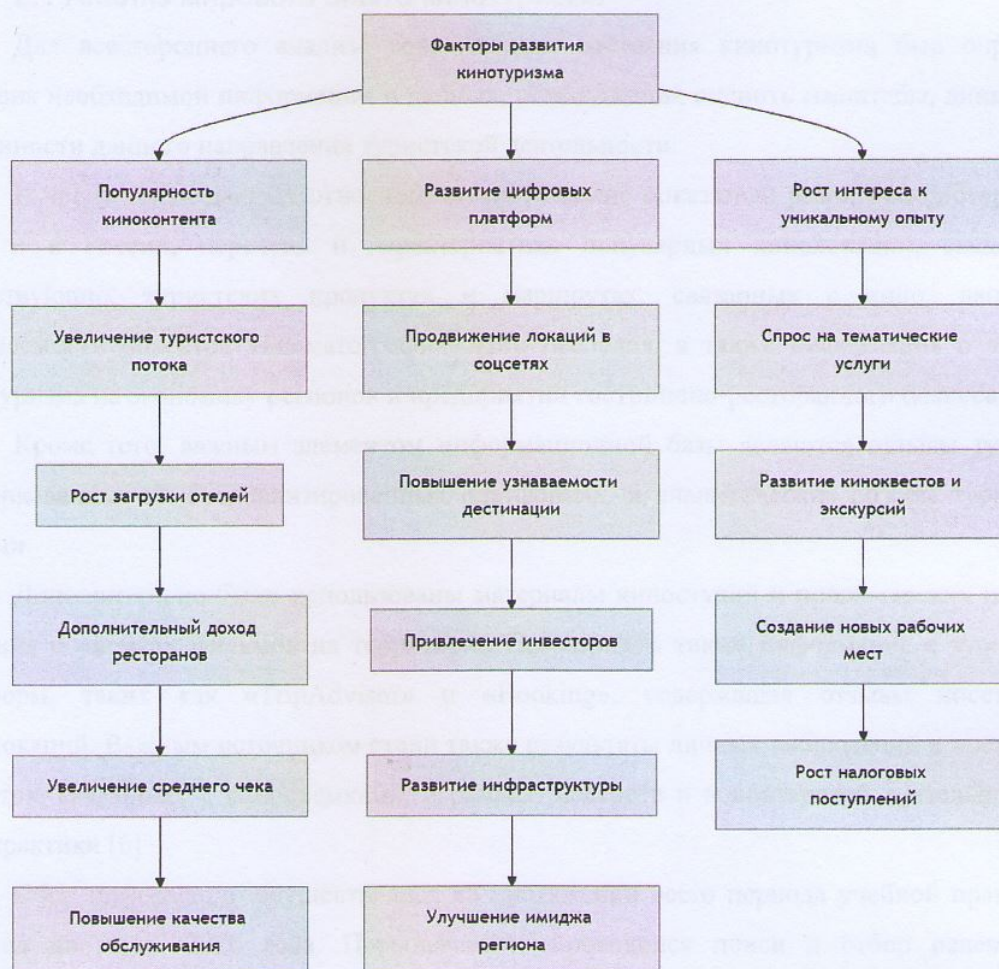


Рисунок 2 – Ключевые факторы, способствующие развитию кинотуризма, и направления их влияния на гостинично-ресторанный бизнес

Составлено автором по [3]

Данная схема наглядно демонстрирует, что кинотуризм представляет собой многофакторное явление, способное оказывать комплексное положительное воздействие на гостинично-ресторанный бизнес.

Каждый из факторов, начиная от популярности киноконента и заканчивая спросом на уникальный опыт, запускает цепочку взаимосвязанных процессов, приводящих к экономическим и социальным эффектам [4].

Таким образом, анализ поставленной задачи показал, что кинотуризм является актуальным, перспективным и недостаточно освоенным направлением для гостинично-ресторанного бизнеса Приморского края.

2 Сбор, систематизация и анализ информации о современном состоянии кинотуризма

2.1 Анализ мирового опыта кинотуризма

Для всестороннего анализа современного состояния кинотуризма был определен перечень необходимой информации и данных, позволяющих оценить масштабы, динамику и особенности данного направления туристской деятельности.

К числу таких данных относятся статистические показатели развития кинотуризма в мире и в России, перечень и характеристика популярных кинолокаций, сведения о существующих туристских продуктах и маршрутах, связанных с кино, данные о посещаемости объектов кинематографического наследия, а также информация о влиянии кинотуризма на экономику регионов и предприятий гостинично-ресторанного бизнеса [5].

Кроме того, важным элементом информационной базы являются отзывы туристов, опубликованные на специализированных платформах, и аналитические обзоры туристской отрасли.

Дополнительно были использованы материалы киностудий и продюсерских центров, сведения о съемках фильмов на территории Приморья, а также информация с туристских платформ, таких как «TripAdvisor» и «Booking», содержащая отзывы посетителей кинолокаций. Важным источником стали также результаты личных наблюдений и посещений объектов, связанных с киносъемками, в рамках дежурств и волонтерской деятельности на базе практики [6].

Сбор информации осуществлялся на протяжении всего периода учебной практики с февраля по июнь 2026 года. Первоначально проводился поиск и отбор релевантных источников, затем выполнялось детальное изучение материалов с последующей систематизацией полученных данных.

Систематизация информации осуществлялась по следующим критериям: географическая принадлежность кинолокаций, тип объектов, степень их популярности среди туристов, наличие или отсутствие туристской инфраструктуры, а также характер влияния на гостинично-ресторанный бизнес. Для наглядности и удобства анализа данные были сведены в таблицы и схемы [7].

Анализ мирового опыта показывает, что кинотуризм является одним из наиболее быстрорастущих сегментов туристской индустрии. В таких странах, как Новая Зеландия, Великобритания, США, Италия и Южная Корея, кинотуризм давно стал самостоятельным направлением, приносящим значительный доход. Ключевым эталоном успешного управления таким процессом является новозеландский проект «Хоббитон».

Изначально созданные как временные декорации для съемок, локация была

преобразована в постоянный архитектурно-ландшафтный комплекс благодаря огромному общественному интересу. Успех проекта был обусловлен не только популярностью фильмов, но и синергией между частным бизнесом, киностудиями и государством [8].

Была выстроена логистика, позволившая капитализировать интерес туристов, а масштабная маркетинговая кампания на государственном уровне закрепила образ Новой Зеландии как Средиземья в сознании миллионов. Операционная эффективность комплекса строится на концепции эмпирического маркетинга, где экскурсии трансформируются в персонализированный социокультурный опыт через глубокое погружение в нарратив фильма и историю региона.

Однако рост популярности потребовал внедрения строгих экологических стандартов и программ по восстановлению биоразнообразия для борьбы с рисками овертуризма, что демонстрирует переход от простой эксплуатации территории к модели устойчивого развития. В Великобритании популярностью пользуются локации, связанные с фильмами о Гарри Поттере, включая студию «Warner Bros.» в Лондоне и замок Алник [9].

Альтернативную модель представляет Южная Корея, где кинотуризм функционирует не обособленно, а в рамках единой государственной стратегии экспорта культурного контента. Здесь государство целенаправленно включает локации съемок популярных дорам в национальные туристические путеводители, создавая стабильный приток молодой аудитории, заинтересованной в целостном культурном опыте – от кухни до моды.

Этот подход показывает, как системное управление может превратить медийный продукт в долгосрочный драйвер национальной экономики [10].

Обобщая мировой опыт, можно заключить, что выдающаяся медийность сама по себе не гарантирует процветания территории. Устойчивый экономический эффект достигается только при комплексной межсекторной работе, включающей государственное стратегическое планирование, частные инвестиции, понимание психологии потребителей и неукоснительное следование принципам экологической ответственности.

2.2 Анализ опыта кинотуризма в России

В России кинотуризм находится на стадии активного становления. Среди наиболее известных кинолокаций можно выделить город Выборг, где снимался фильм «Утомленные солнцем», Крымский полуостров с местами съемок «Кавказской пленницы» и «Девятаева», Московский Кремль и Красную площадь, а также города Золотого кольца, часто выступающие в качестве декораций для исторических фильмов [11,12].

В последние годы популярность приобретают локации, связанные с современными сериалами, такими как «Слово пацана», «Триггер» и «Полицейский с Рублевки». При этом

системного подхода к продвижению кинотуризма в России пока не сформировано, большинство маршрутов являются инициативой локальных туроператоров и энтузиастов.

В первую очередь, необходимо отметить ностальгический характер российского кинотуризма. В отличие от глобального рынка, где доминируют поездки по местам съемок голливудских блокбастеров (например, «Властелин колец» в Новой Зеландии), для российских туристов мощным драйвером выступает интерес к локациям из советской и российской классики. Фильмы, знакомые с детства, формируют запрос на прикосновение к образам культурного кода [13].

Ключевой особенностью развития этого сегмента в России является его прагматичный и нишевый характер. Согласно исследованиям, для большинства россиян информация о местах съемок не является определяющим фактором при выборе направления.

Однако для значительной части аудитории такие локации служат приятным бонусом, способным склонить выбор в пользу того или иного маршрута. При этом туристы демонстрируют взвешенное отношение к бюджету: почти половина не готова переплачивать за проживание в «киношном» отеле, а целенаправленно строят свои маршруты вокруг знаковых мест лишь 5% опрошенных [14].

Это говорит о том, что кинотуризм чаще всего интегрирован в общую культурно-познавательную программу, а не является самостоятельной целью поездки [15].

Таким образом, российский кинотуризм обладает значительным потенциалом для развития внутреннего туризма. Его рост стимулируется развитием регионального кино и сериалов. Для перехода от нишевого увлечения к масштабному явлению требуется комплексный подход: создание тематических туров, развитие соответствующей инфраструктуры и активная маркетинговая поддержка со стороны региональных властей, позволяющая монетизировать уже вложенные в кинопроизводство средства.

2.3 Анализ состояния кинотуризма в Приморском крае

Анализ состояния кинотуризма в Приморском крае позволяет охарактеризовать его как динамично развивающееся, но находящееся на начальном этапе становления направление с высоким потенциалом. Регион обладает уникальным набором конкурентных преимуществ – от живописной природы до урбанистического ландшафта Владивостока, что активно привлекает кинематографистов.

В настоящее время кинотуризм в Приморье формируется вокруг двух ключевых направлений: привлечения внешних съемочных групп и развития местного кинопроизводства. За последние 20 лет в крае было снято около 40 полнометражных фильмов и сериалов, причем значительная часть проектов реализована московскими,

петербургскими и зарубежными студиями (в частности, из Китая, Японии, США) [16].

В регионе действует система рибейтов (возврата части затрат), которая была перезапущена в 2023 году. Кинокомпании могут получить компенсацию от 20% до 40% расходов, понесенных в Приморье. Ежегодно на эти цели выделяется значительное финансирование (например, 30 млн. рублей). Функции по привлечению съемочных групп выполняет Центр поддержки и развития кино, который также оказывает консультационную помощь.

Международный кинофестиваль «Меридианы Тихого»: Это событие сыграло ключевую роль в формировании культурной среды и налаживании связей с азиатским кинематографом, превратив Владивосток в одну из киностолиц России.

Несмотря на наличие инфраструктуры для кинопроизводства, туристический продукт на основе этих ресурсов пока не сформирован системно. Посещение мест съемок носит скорее стихийный характер и является приятным дополнением к основной программе путешествия, а не его главной целью. Отсутствуют готовые брендированные маршруты, посвященные конкретным фильмам или сериалам [17].

Основные кинолокации Приморского края в таблице 2 [18].

Таблица 2 – Основные кинолокации Приморского края и города Владивостока

Название локации	Фильм/сериал	Тип объекта	Наличие туристской инфраструктуры	Степень популярности среди туристов
Мыс Токаревского	«Морской охотник»	Природный объект	Отсутствует	Низкая
Центральная площадь Владивостока	«Три дня до весны»	Архитектурный объект	Частично присутствует	Средняя
Остров Русский	«Команда мечты»	Природный объект	Минимальная	Низкая
Набережная Цесаревича	«Берег»	Городская среда	Частично присутствует	Средняя
Вокзал Владивостока	Эпизоды сериалов	Архитектурный объект	Присутствует	Высокая (в общем контексте)

Составлено автором по [18]

Из данных таблицы видно, что большинство кинолокаций Приморья не обеспечено необходимой туристской инфраструктурой, что сдерживает развитие кинотуризма.

Исключение составляют лишь те объекты, которые и без связи с кино являются популярными достопримечательностями, такие как железнодорожный вокзал Владивостока. При этом следует отметить, что даже на таких объектах отсутствует специализированная информация, связывающая их с кинематографическим наследием [19].

Дополнительно было проведено исследование предложений туроператоров, работающих на рынке Приморского края. Анализ показал, что на сегодняшний день ни один из крупных туроператоров региона не предлагает специализированных туров, посвященных кинотуризму.

В лучшем случае упоминания о кинолокациях включаются в обзорные экскурсии по Владивостоку в качестве дополнительной информации. Мелкие частные гиды иногда проводят индивидуальные экскурсии по местам съемок, но такие услуги носят эпизодический характер и не имеют системной маркетинговой поддержки.

Для оценки перспектив развития кинотуризма в гостинично-ресторанном бизнесе был проведен анализ существующих объектов размещения и питания на предмет их потенциальной связи с кинематографом.

В ходе анализа рассматривались отели и рестораны, расположенные вблизи популярных кинолокаций, а также те из них, которые могли бы предложить тематические продукты. Результаты анализа представлены в таблице 3 [20].

Таблица 3 – Потенциальные объекты гостинично-ресторанного бизнеса для внедрения элементов кинотуризма во Владивостоке

Название объекта	Тип объекта	Ближайшая кинолокация	Возможный формат кинотуризма
Отель «Владивосток»	Гостиница	Центральная площадь	Тематические номера, посвященные фильмам «Три дня до весны»
Ресторан «Zuma»	Ресторан	Набережная Цесаревича	Кинопоказы, тематическое меню по мотивам фильма «Берег»
Отель «Азимут»	Гостиница	Центральная площадь, вокзал	Организация киноквестов и экскурсий по местам съемок
Кафе «Clover House»	Кафе	Мыс Токаревского	Создание кинозоны с фотографиями со съемок фильма «Морской охотник»
Ресторан «Gusto»	Ресторан	Остров Русский	Проведение тематических вечеров, посвященных фильму «Команда мечты»

Составлено автором по [20]

Данная таблица демонстрирует, что во Владивостоке имеется достаточное количество объектов гостинично-ресторанного бизнеса, которые могут быть вовлечены в развитие кинотуризма. Однако для этого требуется разработка концепций и инвестиции в создание тематических продуктов, а также маркетинговое продвижение.

Систематизация собранной информации позволила выявить ключевые проблемы, препятствующие развитию кинотуризма в Приморском крае.

Во-первых, это отсутствие единой базы кинолокаций и их популяризации как

туристских объектов.

Во-вторых, слабая информированность как туристов, так и местных жителей о фильмах, снимавшихся в регионе.

В-третьих, отсутствие государственной и муниципальной поддержки кинотуризма на уровне программ развития туризма.

В-четвертых, недостаток взаимодействия между киноиндустрией и сферой гостеприимства.

В-пятых, дефицит квалифицированных кадров, способных разрабатывать и реализовывать проекты в области кинотуризма (рисунок 2) [21].



Рисунок 2 – Взаимосвязь проблем и их итоговое влияние на туристский потенциал региона
Составлено автором по [21]

Данная схема наглядно демонстрирует взаимосвязь проблем и их итоговое влияние на туристский потенциал региона. Каждый из выявленных недостатков усугубляет общую ситуацию, создавая замкнутый круг, разрыв которого возможен только при комплексном подходе.

Наряду с проблемами были выявлены и положительные тенденции, способствующие развитию кинотуризма в Приморье. К ним относятся рост интереса к внутреннему туризму, увеличение количества кинопроектов, реализуемых на территории края, развитие цифровых платформ и социальных сетей, позволяющих быстро распространять информацию, а также повышение активности локальных сообществ и энтузиастов, занимающихся популяризацией кинолокаций.

Кроме того, положительным фактором является наличие уникальных природных и архитектурных объектов, которые могут составить основу для создания конкурентоспособных туристских продуктов.

Для более детального понимания структуры факторов, способствующих развитию кинотуризма, была составлена дополнительная схема (рисунок 3) [22].

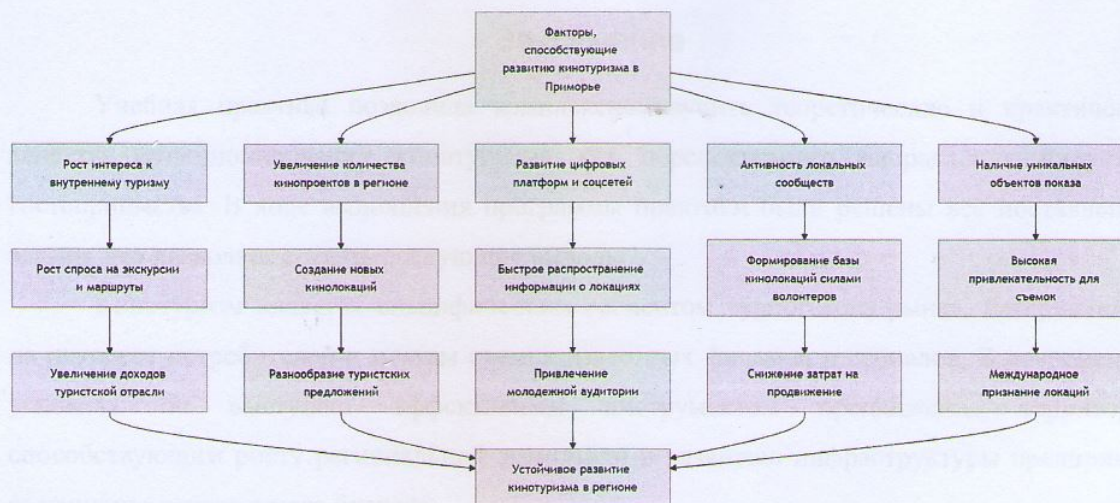


Рисунок 3 – Структура факторов, способствующих развитию кинотуризма

Составлено автором по [22]

Данная схема показывает, что при условии комплексного использования благоприятных факторов Приморский край имеет все предпосылки для превращения кинотуризма в одно из ключевых направлений туристской специализации.

Таким образом, сбор, систематизация и анализ информации о современном состоянии кинотуризма позволили сформировать целостную картину данного направления в мире, в России и в Приморском крае.

Установлено, что мировой рынок кинотуризма демонстрирует устойчивый рост, Россия находится на этапе становления, а Приморский край обладает значительным, но нереализованным потенциалом. Выявленные проблемы носят системный характер и требуют скоординированных действий со стороны государства, бизнеса и общественности.

В то же время наличие благоприятных факторов создает предпосылки для успешного развития кинотуризма в регионе, что открывает широкие возможности для гостинично-ресторанного бизнеса. Полученные в ходе анализа данные и выводы станут основой для разработки конкретных решений и рекомендаций, направленных на внедрение элементов кинотуризма в деятельность предприятий гостеприимства.

Заключение

Учебная практика позволила комплексно изучить теоретические и практические аспекты функционирования кинотуризма как перспективного направления индустрии гостеприимства. В ходе выполнения программы практики были решены все поставленные задачи, что позволяет сделать следующие выводы.

Кинотуризм является специфическим сегментом туристского рынка, базирующимся на интересе потребителей к местам съемок известных фильмов и сериалов. В современных условиях он выступает эффективным инструментом продвижения территорий, способствующим росту региональной экономики и развитию инфраструктуры предприятий гостинично-ресторанного бизнеса.

Анализ мирового опыта (Новая Зеландия, Великобритания, Южная Корея) подтвердил, что грамотная интеграция кинолокаций в туристский продукт позволяет значительно увеличить приток туристов. В России и, в частности, в Приморском крае, данное направление находится на стадии формирования и характеризуется разрозненностью усилий участников рынка.

Исследование текущего состояния кинотуризма во Владивостоке показало наличие высокого ресурсного потенциала, который используется не в полной мере. Несмотря на популярность города как съемочной площадки, отсутствует системное вовлечение этих объектов в индустрию гостеприимства.

Выявленные в процессе практики барьеры (отсутствие единой информационной базы, слабая координация бизнеса и киноиндустрии, недостаток специализированных программ) требуют разработки стратегии адаптации объектов размещения и питания к запросам кинотуристов.

Результаты анализа подтверждают возможность внедрения элементов кинотуризма в практику гостинично-ресторанного бизнеса Приморского края через создание тематических маршрутов, интеграцию кино-контента в событийные мероприятия и развитие партнерских сетей с туроператорами.

Таким образом, профессиональные компетенции, полученные в рамках практики, сформировали понимание механизмов развития событийного и кинотуризма, что закладывает основу для будущей профессиональной деятельности в сфере сервиса и управления туристскими дестинациями.

Список использованных источников

- 1 Александрова А. Ю. Международный туризм: учебник / А. Ю. Александрова. – М.: КноРус, 2021. – 464 с.
- 2 Булыгина И. И. Анимация в сфере гостеприимства: учебник / И. И. Булыгина, Е. Н. Гаранин. – М.: КноРус, 2020. – 268 с.
- 3 География туризма: учебник / под ред. А. Ю. Александрова. – М.: Юрайт, 2019. – 588 с.
- 4 Зорин И. В. Менеджмент персонала в туризме и гостинично-ресторанном бизнесе: учебник / И. В. Зорин. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2020. – 390 с.
- 5 Кинотуризм: концепции и стратегии развития: монография / под ред. С. Н. Лебедевой. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2023. – 210 с.
- 6 Косолапов А. Б. География российского внутреннего туризма: учебное пособие / А. Б. Косолапов. – М.: КноРус, 2020. – 267 с.
- 7 Мартышенко Н. С. Развитие региональных туристских систем: монография / Н. С. Мартышенко. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2022. – 315 с.
- 8 Морозов М. А. Индустрия гостеприимства: основы организации и управления: учебное пособие / М. А. Морозов. – М.: ФОРУМ, 2021. – 400 с.
- 9 Анализ рынка кинотуризма в АТР: отчет по результатам исследования / при поддержке ВШМ ВГУЭС. – Владивосток, 2026. – 45 с. – Текст: электронный // ВГУЭС: электронная библиотека. – URL: <http://lib.vvsu.ru/> (дата обращения: 20.06.2026).
- 10 Николаенко Д. В. География туризма: учебное пособие / Д. В. Николаенко. – М.: Владос, 2018. – 224 с.
- 11 Сапрунова В. Б. Туризм: эволюция, структура, маркетинг: учебник / В. Б. Сапрунова. – М.: Ось-89, 2019. – 160 с.
- 12 Социально-экономические показатели развития туризма в России: стат. сб. / Федер. служба гос. статистики. – М., 2025. – 110 с.
- 13 Козлова Т. В. Современные технологии в событийном туризме: учебное пособие / Т. В. Козлова. – М.: Юрайт, 2021. – 180 с.
- 14 Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 № 132-ФЗ (ред. от 13.06.2023) // Собрание законодательства РФ. – 1996. – № 49. – Ст. 5491.
- 15 Государственная программа Приморского края «Развитие туризма в Приморском крае» на 2020–2027 годы: утв. постановлением Администрации Прим. края от 07.12.2019 № 815-па // Собрание актов Приморского края. – 2019. – № 50.

16 ГОСТ Р 50644-2009. Туристские услуги. Общие требования. – М.: Стандартинформ, 2009. – 12 с.

17 Белоусова Е. А. Кинотуризм как фактор социально-экономического развития региона / Е. А. Белоусова // Вестник экономики и туризма: сб. науч. тр. – Владивосток: ВГУЭС, 2024. – № 2 (15). – С. 45–52.

18 Иванова А. С. Влияние киноиндустрии на формирование имиджа территории / А. С. Иванова // Известия ДВФУ. Экономика и управление. – 2025. – № 1. – С. 112–118.

19 Петров В. И. Особенности организации экскурсий по киноместам: науч.-практ. пособие / В. И. Петров. – М.: Academia, 2023. – 150 с.

20 Официальный сайт Министерства по развитию Дальнего Востока и Арктики: [сайт]. – URL: <https://minvostokrazvitiya.gov.ru/> (дата обращения: 20.05.2026).

21 Портал «Туризм в Приморье»: [сайт]. – URL: <https://tour.primorsky.ru/> (дата обращения: 25.05.2026).

22 Статистический ежегодник Приморского края: [сайт]. – URL: <https://primstat.gks.ru/> (дата обращения: 10.06.2026).