

<i>Ляхова А.И., Сапожникова О.А.</i> Оценка эффективности бизнес-процессов в гостиничных предприятиях на примере ГРК «Аванта».....	108
<i>Поликарпова А.А.</i> Оценка качества услуг в предприятиях общественного питания на примере суши-бара «Токио», г. Владивосток.....	112
<i>Родина И.О., Онищенко К.В., Бондарь М.В.</i> Современные технологии санаторно-курортной сферы на базе рекреационных ресурсов Приморского края.....	116
Шульгина М.А., Руденко Л.Л. Нововведения, используемые в гостиничном бизнесе на примере ГРК «Аванта»	120
Секция 3. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО ДИЗАЙНА	124
<i>Галаяудинова Е.Н., Чернявина Л.А.</i> Органическая архитектура в современном Приморье	124
<i>Дульнева Е.И., Чернявина Л.А.</i> К вопросу о сохранении фасадов от негативного влияния элементов инженерных коммуникаций	127
<i>Ковальчук С.О., Лазненко Ю.А., Месенева Н.В., Плеханова В.А.</i> Разработка и реализация дизайн-проекта праздничного оформления кампуса ВГУЭС.....	131
<i>Месенева Н.В., Александрова Н.В., Лобода М.С.</i> Преимущества и недостатки использования компьютерных технологий в обучении.....	135
<i>Никитина Н.С., Рудакова А.Е., Чернявина Л.А.</i> Проблемы привлечения абитуриентов во ВГУЭС на кафедру ДЗТ.....	139
Секция 4. ИННОВАЦИИ В СФЕРЕ МОДЫ	143
<i>Булатова А.С., Королева Л.А.</i> Особенности и тенденции Fashion-ритейла в сегменте «премиум».....	143
<i>Кульгина Ю.Р., Данилова О.Н.</i> Совершенствование механизма внедрения дизайнерских услуг на предприятиях индустрии моды и красоты	146
<i>Петрук И.Г., Булгакова А.С., Ледовских М.А., Третьякова Э.В., Зайцева Т.А., Данилова О.Н.</i> Анализ факторов формообразования коллекций молодежной одежды	149
<i>Филатова П.А., Зайцева Т.А.</i> Продвижение бренда в сегменте индустрии моды с помощью инструментов интернет-ресурсов	152
<i>Червакова И.А., Шеромова И.А., Данилова О.Н., Зайцева Т.А.</i> Экспериментальный подход в формообразовании моделей женской одежды.....	156
Секция 5. ПРОБЛЕМЫ КУЛЬТУРЫ ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА РОССИИ	160
<i>Аникеева А.С., Трегубенко Н.В.</i> Изобразительное искусство во Владивостоке	160
<i>Антонова А.А.</i> Арт-резиденция как новая форма публичного пространства в современной городской культуре.....	164
<i>Дробышева Е.К., Белова Л.В.</i> Литературно-музыкальный мини-спектакль на военно-патриотическую тематику: опыт постановки в средней школе	167
<i>Коваленко О.В., Преснякова Л.В.</i> Сравнительный анализ законов Японии и России в сфере сохранения культурного наследия.....	173
<i>Кокош К.А., Рубис А.А., Толстых И.Н.</i> Новые тенденции развития СМИ и их влияние на социум в современных условиях.....	177
Секция 6. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	181
<i>Авдеева К.В., Терская Л.А.</i> Анализ проблем управления жилищным фондом управляющей организацией	181
<i>Бажин А.С.</i> Теоретические предпосылки формирования услуг карьерного консалтинга.....	184
<i>Клюева А.С., Карabanова С.Ф.</i> Инклюзивный танец – перспективная площадка для социализации людей с инвалидностью и ограниченными возможностями по здоровью	189
<i>Филистеева Н.С., Терская Л.А.</i> Совершенствование качества обслуживания клиентов методом «Тайный покупатель» в структуре продаж ОАО «Приморское агентство авиационных компаний».....	194

В случае повышения привлекательности основных услуг и привлечения потребителей для проведения свободного времени, а также повышения имиджевой составляющей предприятия бюджетные вложения окажут в большей степени социальный эффект, косвенно направленный на повышение загрузки санатория в межсезонье.

1 Приезжева, Е.М. Анимационный менеджмент. Анимация: российская экзотика не уступит зарубежной / Е.М. Приезжева // Курортные ведомости. – 2006. – С. 22–24.

2 Трубачева, Н.В. Курортная анимация / Н. В. Трубачева // Курортные ведомости. – 2005. – №2. – С. 41–43.

Рубрика: Гостиничное дело

УДК: 338.467.6

НОВОВВЕДЕНИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ НА ПРИМЕРЕ ГРК «АВАНТА»

М.А. Шульгина

магистрант 1 курса, Школа экономики и менеджмента,

*Дальневосточный федеральный университет
Россия, Владивосток*

Л.Л. Руденко

канд. техн. наук, доцент, кафедра туризма и гостинично-ресторанного бизнеса

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Россия, Владивосток*

На современном этапе нововведения в гостиничном бизнесе играют важную стратегическую роль. Растет количество предприятий гостеприимства, увеличивается количество мест в гостиницах, а значит, растет конкуренция. Поэтому предприятиям гостеприимства необходимо искать новые способы продвижения своих услуг, создавать новые услуги, а также улучшать качество уже предоставляемых услуг. Предприятия гостеприимства могут черпать нововведения из взаимодействия с учебными заведениями города.

Ключевые слова и словосочетания: нововведения, гостиничный бизнес, инновации, эффективность нововведений, инновации в гостеприимстве.

THE INNOVATIONS USED IN THE HOSPITALITY INDUSTRY ON THE EXAMPLE OF THE HOTEL "AVANTA"

M.A. Shulgina

master of the 1 course, School of economics and management,

*Far Eastern Federal University
Russia, Vladivostok*

L.L. Rudenko

Candidate of Engineering Sciences, Associate Professor at the Department of Tourism and hotel business

*Vladivostok State University of Economics and Service
Russia, Vladivostok*

It plays an important strategic role at the present stage of innovation in the hotel industry. An increasing number of enterprises hospitality, increasing the number of rooms in hotels, which means that competition is growing. Therefore hospitality businesses need to find new ways to promote their

services, create new services and improve the quality of existing services. Companies can receive hospitality innovations from interaction with educational institutions of the city.

Keywords: *innovation, hospitality, innovation, efficiency innovations, innovation in hospitality*

В настоящее время нововведения в гостиничном бизнесе занимают стратегическую роль в развитии и функционировании предприятия гостеприимства. Если раньше клиенту достаточно было воспользоваться основными услугами: питание и размещение, то сейчас, для того что бы удержать клиента, гостинице необходимо использовать нововведения.

Романченко С.В. рассматривает нововведение как комплексный, завершённый, целенаправленный процесс создания, распространения и использования новшества, ориентированный на удовлетворение потребностей и интересов людей новыми средствами, что ведет к определенным качественным изменениям состояний системы и способствует возрастанию ее эффективности, повышению стабильности и жизнеспособности [3].

С точки зрения гостиничного бизнеса, нововведение – это комплексный процесс создания, продвижения и внедрения новшества, направленного на удовлетворение потребностей клиентов, созданный при помощи новой идеи, и ведет к укреплению конкурентоспособности гостиницы на рынке, к повышению ее эффективности.

Во Владивостоке официально насчитывается 39 гостиниц (не считая санаториев и баз отдыха) с общим номерным фондом 4400 номеров [2]. Однако, по экспертным оценкам, износ основных фондов многих гостиниц достигает 70 % и основная часть из них нуждается в реконструкции и модернизации. Такая ситуация связана с тем, что материальная база создавалась в 1970-80-х гг., многие гостиницы сегодня нуждаются в реконструкции, для чего необходимы серьезные финансовые вложения [1]. Конечно, ряд гостиниц, участвующих в приеме гостей саммита АТЭС в 2012 году, были модернизированы и прошли международную аккредитацию.

В ближайшие годы ожидается беспрецедентный рост номерного фонда. Количество мест в гостиницах Приморья к 2017 году планируется довести до 25-ти тысяч (что более чем в 5 раз превышает существующий номерной фонд) [1]. Для того что бы сохранять свои конкурентные преимущества на рынке, уже существующие гостиницы должны обратить свое внимание на применение нововведений в своей деятельности, с целью удержания и привлечения новых клиентов.

Было проведено исследование нововведений в гостиничных предприятиях г. Владивостока в рамках выполнения дипломных работ с 2011 по 2014 год. Нововведения анализировались по таким видам гостиничной деятельности, как:

- автоматизация процессов в гостиничных предприятиях;
- повышение лояльности клиентов;
- продвижение услуг в гостиничном бизнесе;
- дополнительные услуги отеля;
- управление персоналом гостиницы;
- прочие виды деятельности.

Под автоматизацией процессов в гостиничном предприятии подразумевается автоматизация процесса бронирования, расчета с гостем, агентами, поставщиками, а также автоматизация хозяйственной деятельности гостиницы и взаимосвязь между службами отеля (применение программы «Отель+Агент», применение программ Back-office и т.д.).

Повышение лояльности клиентов предполагает введение бонусной программы, различных скидок и акций для привлечения клиентов (акции «День для вас», применение бонусных/скидочных карт и т.д.).

Продвижение услуг направлено на разработку новых инновационных способов продвижения услуг отеля (продвижение гостиницы в социальных сетях, реклама на радио, реклама в журналах, создание мобильного приложения гостиницы).

Дополнительные услуги предполагали разработку пакетов дополнительных услуг, ранее не предусмотренных в гостинице (применение калькулятора услуг, услуга «личный консьерж», открытие сувенирной лавки в фойе гостиницы и т.д.).

Управление персоналом гостиницы было направлено на повышение квалификации персонала, обучение, изменение подходов к мотивации персонала (изменение должностных инструкций, инструкция при отборе нового персонала, разработка программы повышения квалификации сотрудников и т.д.).

На рисунке представлен анализ предложенных нововведений для ГРК «Аванта» за последние четыре года.



РИС. 1. ПРЕДЛОЖЕНИЯ НОВОВВЕДЕНИЙ ДЛЯ ГРК «АВАНТА» В 2011–2014 ГГ.

Согласно данным рис. 1, к 2014 году выросла востребованность в лучшем продвижении гостиничных услуг. После 2012 года во Владивостоке произошел рост количества гостиниц, количество предприятий увеличилось с 28 до 39 гостиницы. Следовательно, владельцы гостиниц старались найти новые способы продвижения своих предприятий, с целью выделиться из массы конкурентов. Так же, к 2014 году появляются предложения по таким нововведениям, как «Прочие виды деятельности», а именно открытие франчайзинговой цепи, покупка новых гостиниц (создание сети гостиниц) и так далее. До 2014 года данное нововведение не было актуально на рынке гостиничных услуг г. Владивостока.

В 2012 году в гостиничном бизнесе г. Владивостока произошел резкий скачок в предложении нововведений. Объем предложений вырос с 8,2 до 36,1%. Данное явление в полной мере можно связать с проведением Саммита АТР в 2012 году на территории города. В город хлынул поток туристов, и в связи с этим, действующим гостиницам пришлось вносить нововведения в свою обычную практику существования. Все это делалось с целью улучшения и укрепления гостиничной индустрии на территории города. После проведения Саммита АТР процент предложений востребованных нововведений для предприятий гостеприимства, два года держался на отметке 27,9% (на 19% выше, чем в 2011 году), это обусловлено тем, что после проведения такого масштабного крупного мероприятия, городом стали интересоваться иностранцы, а, следовательно, гостиницам необходимо поддерживать свой уровень на рынке, привлекать больше потенциальных клиентов, и уметь удержать постоянных клиентов. Но все же, 27,9% это не высокий результат востребованности нововведений, предложенных гостиницам вузами.

В таблице представлена эффективность предложенных нововведений для ГРК «Аванта» за 2011–2014 гг.

Таблица 1

Эффективность предложенных нововведений

№ п/п	Разработанные нововведения студентами кафедры ТТРБ, ВГУЭС	Внедрено на предприятии, %
1	Автоматизация процессов в ГРК	0%
2	Повышение лояльности клиентов	100%
3	Дополнительные услуги	25%
4	Продвижение услуг	25%
5	Персонал гостиницы	16%
6	Прочие виды деятельности	30%
Итого:	100%	28,6%

Согласно данным таблицы 1, эффективность предложенных нововведений для гостинично-ресторанного комплекса «Аванта» составила 28,6%. Это очень низкий показатель, всего около 29% дипломных работ становятся полезными для гостиницы. Необходимо повышать данный показатель, так как в настоящее время, гостиничный комплекс г. Владивостока не использует свой потенциал в полной мере.

Как показали наши исследования, к 2014 году эффективность работы гостиничного комплекса города составляла всего 29,7%, тогда как в 2010 году данный показатель держался на уровне 71,5%. После проведения Саммита АТР увеличилось количество средств размещения, а уровень посещаемости города вернулся на прежний уровень. Для повышения эффективности работы гостиничного комплекса необходимо привлекать все больше туристов. Для того что бы поддерживать или повышать уровень конкурентоспособности, предприятиям гостеприимства, необходимо внедрять нововведения, используя научно-исследовательскую базу вузов. Необходимо развивать взаимодействие вузов и предприятий гостеприимства в этом направлении.

1. Государственная программа Приморского края «Развитие туризма в Приморском крае» на 2013-2017 годы [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.primorsky.ru/upload/medialibrary/0f5/0f52a29ad8b1f7edc01730cc171d9bb5.pdf>

2. Ежегодник (Социально-экономические показатели Приморского края) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://82.194.162.114:81/bgd/everyyear/Main.htm>

3. Романченко, С.В. Новшества, нововведения, инновации: определения и сущность / С.В. Романченко // Молодой ученый. – 2012. – №4. – С. 166–168.