

Министерство образования и науки Российской Федерации
Департамент образования и науки администрации Приморского края
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Владивостокский государственный университет экономики и сервиса»

**ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ВУЗОВ – НА РАЗВИТИЕ
ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО РЕГИОНА РОССИИ И СТРАН АТР**

**Материалы XVII международной научно-практической конференции
студентов, аспирантов и молодых исследователей**

(28–29 апреля 2015 г.)

В четырех томах

Том 3

Под общей редакцией д-ра экон. наук О.Ю. Ворожбит

Владивосток
Издательство ВГУЭС
2015

УДК 74.584(255)Я431
ББК 378.4
И73

Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие Дальневосточного региона России и стран АТР [Текст] : материалы XVII междунар. науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых исследователей (28–29 апреля 2015 г.) : в 4 т. Т. 3 / под общ. ред. О.Ю. Ворожбит; Владивостокский государственный университет экономики и сервиса. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2015. – Т. 3. – 438 с.

ISBN 978-5-9736-0319-9
ISBN 978-5-9736-0341-0

Включены материалы XVII международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых исследователей «Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие Дальневосточного региона России и стран АТР», состоявшейся во Владивостокском государственном университете экономики и сервиса (г. Владивосток, 28–29 апреля 2015 г.).

Том 3 представляет широкий спектр исследований молодых ученых и студентов вузов Дальнего Востока и других регионов России, ближнего и дальнего зарубежья, подготовленных в рамках работы секций конференции по следующим темам:

- Актуальные проблемы частного права в современной юриспруденции
- Публичное право на современном этапе и основные тенденции его развития
- Актуальные проблемы правовой политики Российского государства
- Политическое и социальное развитие российского Дальнего Востока: проблемы и перспективы
- Реализация социально-экономической политики в аспекте повышения эффективности государственного, муниципального управления в ДВФО
- Туризм – перспективная модель развития общества
- Современные тенденции в управлении персоналом

УДК 74.584(255)Я431
ББК 378.4

ISBN 978-5-9736-0319-9
ISBN 978-5-9736-0341-0

© Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, издание, 2015

<i>Копылова М.А., Руденко Л.Л.</i> Особенности развития гостиничной инфраструктуры в Партизанском городском округе	209
<i>Костюченко С.А.</i> Анализ рынка туристских услуг России и Приморского края: состояние, тенденции, факторы роста и барьеры	213
<i>Крень И.И., Гомилевская Г.А.</i> Кластерный подход к управлению туризмом на территориальном уровне (на примере ТРК «Горный ключ» на территории Кировского муниципального района, Приморский край).....	216
<i>Кулик В.А., Нарута Я.С.</i> Проблемы и перспективы развития экстремальных видов туризма в Приморском крае	219
<i>Лаптева В.В., Ходова С.С.</i> Мотивация персонала в туристической отрасли	221
<i>Лукашкина М.Е., Григорюк Е.О., Руденко Л.Л.</i> Основные принципы «философии гостеприимства» известных гостиничных сетей	224
<i>Лутов В.П.</i> Инновационные методы продвижения молодежных событийных туров	228
<i>Ляшенко Е.Г., Арсентьева А.В.</i> Влияние информационных технологий на развитие самостоятельного туризма	234
<i>Майдан А.Е.</i> Особенности лечебно-оздоровительного туризма	238
<i>Назаров А.С., Магалиш Т.Л.</i> Туризм – перспективная модель развития общества	240
<i>Никулина А.И., Бондарь М.В.</i> К вопросу разработки спортивных тематических мероприятий в событийном туризме	244
<i>Никулина В.И., Бондарь М.В.</i> Велнес-услуги как составляющая здорового образа жизни (на примере ГК Аванта г. Владивосток)	247
<i>Норкин Р.П.</i> Повышение безопасности и культурного уровня туризма на базе высокоинформативного веб-портала	249
<i>Носова Ю.А., Бондарь М.В.</i> Продвижение турпродукта: опыт рекламного размещения в социальных сетях (на примере ООО «ДВ Фрегат Аэро» г. Владивосток)	251
<i>Подшивайлов А.А.</i> Китайско-российское сотрудничество в туризме	255
<i>Приходько А.А., Бурилова В.С.</i> Разработка концепции продвижения туристско-рекреационных кластеров на примере Приморского края.....	257
<i>Ракин Н.А., Руденко Л.Л.</i> Формирование современных бизнес-моделей в индустрии гостеприимства.....	264
<i>Скиданенко А.П.</i> Медицинский туризм в Сингапуре: преимущества и недостатки	266
<i>Тюрина Д.Я.</i> Перспективы развития сельского туризма в Приморском крае на примере ООО «Лотос-тур».....	269
<i>Харина Г.Н., Толстых И.Н.</i> Особенности развития культурного туризма в городе Владивостоке	272
<i>Чистохина А.Ю., Арсентьева А.В.</i> Анализ удовлетворенности потребителей услуг ресторанов корейской кухни в Приморском крае	274
<i>Шеретова В.А., Латкин А.П.</i> Въездной туризм в Приморском крае: тенденции, проблемы и новые приоритеты	278
<i>Шестернина А.В.</i> Особо охраняемые природные территории. Возможности и перспективы развития.....	281
<i>Шрамкова О.П., Березнюк К.С.</i> Гостеприимство как секретный элемент обслуживания в сфере услуг.....	285
<i>Шульгина М.А., Руденко Л.Л.</i> Оценка конкурентоспособности ГРК «Аванта» на рынке бизнес-отелей Владивостока.....	287
<i>Щербатова Л.Н.</i> Проблемы интеркультурной адаптации иностранных студентов в студенческом городке ВГУЭС	291

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ

<i>Акишева А.В., Грицан Д.Г.</i> Кадровый потенциал организаций индустрии развлечений	294
<i>Алексеев С.О., Костикова О.Н.</i> Разработка стратегии управления персоналом ООО Рамзай-ДВ, город Артем.....	297
<i>Андреев В.В., Степаненко Е.П.</i> Особенности подбора специалистов по кадрам в крьюинговую компанию.....	300
<i>Бехтерева А.В.</i> Кадровый аудит и потенциал в ООО «Да Вингс», г. Владивосток	302
<i>Бойченко Е.С., Юрлина К.Ю.</i> Организация рабочего места как фактор повышения эффективности трудового процесса.....	304
<i>Бурдеева Н.В., Ерусланова Г.И.</i> Особенности кадрового делопроизводства на предприятиях малого и среднего бизнеса	307
<i>Вдовина М.С., Майдан А.Н.</i> Особенности подбора персонала в туристической отрасли на примере компании ООО «Пегас Туристик»	311
<i>Волкова Е.А.</i> Аудит кадрового потенциала и его роль в развитии организации	313
<i>Гуменюк М.Г., Дмитрук О.В.</i> Мотивация и стимулирование трудовой деятельности на примере муниципального бюджетного учреждения культуры «Дом культуры п. Врангель» Находкинского городского округа.....	316
<i>Демина Е.О.</i> Анализ эффективности источников привлечения персонала	318
<i>Денисова Е.И.</i> Система показателей эффективности персонала.....	321

Руководство является ключевым фактором в создании атмосферы гостеприимства. Оно является инициатором появления своей корпоративной культуры, которая объединяет все звенья производственной структуры предприятия вплоть до самого основания. Когда высшее руководство проявляет лояльность по отношению к своим работникам, последние, чувствуя себя спокойно, невольно передают это спокойствие своим клиентам. Солокум и Симе (1980) рекомендуют в условиях нестабильной загрузки и высокой текучести кадров, что чаще всего встречается в индустрии гостеприимства, предоставлять руководителям подразделений право действовать по собственному усмотрению. Это позволяет руководителям выбирать различные тактические приемы соответственно обстановке.

Однако не только руководители несут ответственность за создание атмосферы гостеприимства. «...Ответственность за создание благоприятного климата на предприятии должна быть разделена поровну между всеми служащими. Очевиден тот факт, что каждый служащий, будучи свободным в своих проявлениях, оказывает влияние на атмосферу, в которой происходит работа всего персонала, и может создать условия, при которых климат гостеприимства возникает или, наоборот, исчезает. Служащие должны быть в достаточной степени мотивированы, чтобы длительное время сохранять уровень требуемого от них поведения (Чейз, 1983). Стимулирование служащего должно осуществляться в форме, наиболее ценной для него, будь то денежное вознаграждение или похвала. Воспитание духа предпринимательства среди служащих также является способом повышения уровня мотивации и повышения результатов их труда, хотя это и не простая задача. Если служащих будет всерьез беспокоить вопрос успеха или провала их общего дела, они будут более заинтересованы в благоприятном впечатлении от предоставленного ими обслуживания. Безразличный служащий чаще всего производит на клиента отрицательное впечатление [4]. Также об этом говорит генеральный директор сети гостиниц «Four Seasons»: Мы не можем изменить поведение наших подчиненных, не изменив собственное поведение. Нам нужны сотрудники, которые действуют осмысленно и самостоятельно и способны оперативно исправлять собственные промахи. Мы должны убедить их воспринимать интересы компании как свои собственные и добровольно взять на себя ответственность.

Мы хотим, чтобы рядовые сотрудники сами руководили своими действиями. Фразу «делай, как я сказал» должна сменить другая — «делай как я».

Сформулированные компанией ценности воспитывают в людях гордость за свою компанию и способность получать удовлетворение от своего труда. Мы верили, что для всех и каждого важна самореализация, основной фактор мотивации и отношения к труду» [5].

1. Елканова Д.И., Осипов Д.А., В.В. Романов, Е.В. Сорокина «Основы индустрии гостеприимства» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.e-reading.club>
2. Кусков А.С. Гостиничное дело. Учебное пособие. – М.: Дашков и К°, 2009. – 328 с.
3. Международные стандарты [Электронный ресурс] – режим доступа: <http://www.new-hotel.ru>
4. Основы управления в индустрии гостеприимства [Текст] / Р. А. Браймер ; пер. с англ. Е. Б. Цыганова. - Москва: Аспект пресс, 1995. - 381, [1] с.: табл. - Библиогр. в конце разд. - 10 000 экз.
5. Философия гостеприимства Four Seasons: Качество, сервис, культура и бренд / Изадор Шарп при участии Алана Филлиппа ; Пер. с англ. — М.: Альпина Паблишер, 2012. — 366 с.

УДК 379.85

Оценка конкурентоспособности ГРК «Аванта» на рынке бизнес-отелей Владивостока

Шульгина Мария Александровна,
бакалавр 4 курса, кафедрa туризма и гостинично-ресторанного бизнеса
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Россия, Владивосток
e-mail: shulgina_maria@mail.ru; тел.: +79149669716
ул. Гоголя 41, г. Владивосток, Приморский край, Россия, 690014

Руденко Людмила Лазаревна,
кандидат технических наук, доцент, кафедра туризма и гостинично-ресторанного бизнеса
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Россия, Владивосток
E-mail: ludrudenko@inbox.ru; тел.: +74232404164
ул. Гоголя, 41, г. Владивосток, Приморский край, Россия, 690014

Для предпринимательской деятельности в сфере гостеприимства характерна высокая степень конкуренции. Анализ ближайших конкурентов играет немаловажную роль в развитии отеля. Так, анализ конкурентов позволяет выявлять сильные и слабые стороны конкурентов, а так же определяет дальнейшие действия отеля по удержанию своей конкурентной позиции.

Ключевые слова и словосочетания: конкуренция, гостиничный бизнес, оценка конкурентоспособности, анализ конкурентов.

Assessment of the competitiveness of the hotel «Avanta» in the market of business hotels in Vladivostok

Shulgina Mariya Aleksandrovna,
bachelor of the 4th year, tourism and hotel and restaurant business department
Vladivostok State University of Economics and Service
Russia. Vladivostok

Rudenko Lyudmila Lazarevna,
Candidate of Technical Sciences, associate professor, tourism and hotel and restaurant business department
Vladivostok State University of Economics and Service
Russia. Vladivostok

Doing business in the hotel industry characterized by a high degree of competition. Analysis of the nearest competitor plays an important role in the development of the hotel. So, competitor analysis allows identifying the strengths and weaknesses of competitors, as well as determining the next steps of the hotel to retain its competitive position.

Keywords: *compétition, hospitality, competitiveness assessment, competitor analysis.*

Конкуренция представляет собой соперничество в какой-либо сфере между отдельными юридическими или физическими лицами, заинтересованными в достижении одной и той же цели.

Так, в современных условиях ведения бизнеса анализ конкурентов позволяет:

- своевременно выявлять сильные и слабые стороны конкурентов;
- своевременно обеспечивать информацией о конкурентах своих сотрудников, с целью их мотивации;
- повышать конкурентоспособность и эффективность предприятия в целом;
- "защищать" и расширять позиции предприятия на рынке.

Для того чтобы определить конкурентоспособность ГРК "Аванта" на рынке, необходимо выявить ближайших конкурентов гостиницы. Все проводимые нами исследования являются кабинетными, все использованные данные являются вторичными и представлены в открытом доступе на порталах booking.com, tripadvisor.ru и на сайтах исследуемых гостиниц. Для определения ближайших конкурентов ГРК "Аванта", на основании данных таблицы 1, была построена позиционная карта рынка бизнес-отелей г. Владивостока. Для построения позиционной карты было выбрано два особо значимых критерия – цена и месторасположение [1].

Цена – является самым важным моментом в определении ближайших конкурентов гостиниц бизнес-класса, так как невозможно сравнивать гостиницу, позиционирующую себя как гостиница класса люкс с гостиницей эконом класса. Месторасположение гостиницы также важно для бизнес клиента.

При построении позиционной карты бизнес-отелей г. Владивостока, по указанным выше критериям, была использована балльная шкала, которая представлена в таблице 1.

Таблица 1

Балльная шкала оценки бизнес-отелей

Цена	Месторасположение
до 3 тыс. - 5б.	0 км-5б.
от 3 тыс. до 4 - 4б.	от 1 до 2,5 - 4б.
от 4тыс. До 5 тыс. - 3б.	от 2,5 до 4 - 3б.
от 5 до 6,5 - 2б.	от 4 до 5,5 - 2б.
от 6,5 тыс. - 1б.	от 5,5 - 1б.

На основании данных, представленных в таблице 1, проранжируем информацию о бизнес-отелях согласно балльной оценке. Для этого нами отобраны известные в городе гостиницы, предлагающие бизнес-услуги. Распределение балльной оценки по отелям представлено в таблице 2.

Таблица 2

Распределение отелей по цене и соответствующим баллам

Название	Средняя цена, руб.	Баллы цена	Расстояние от центра, км	Баллы расстояние
ВГУЭС	2800	5	2	4
Островок	3000	5	4,2	2
А. залив	3400	4	5,5	2
Жемчужина	4110	3	5,5	2
Экватор	4800	3	5	2
Астория	5000	2	2,5	4
Приморье	5000	2	3	3

Гавань	5150	2	7,3	1
Акфес-Сейло	5230	2	2,1	4
Меридиан	5300	2	4,3	2
Владивосток	5800	2	1	4
Влад Мотор Инн	5800	2	11,4	1
Аванта	6390	2	2,5	4
Версаль	8000	1	0	5

Для большей наглядности представим данные таблицы 2, на рисунке 1 в виде графического изображения позиционной карты рынка бизнес-отелей г. Владивостока.

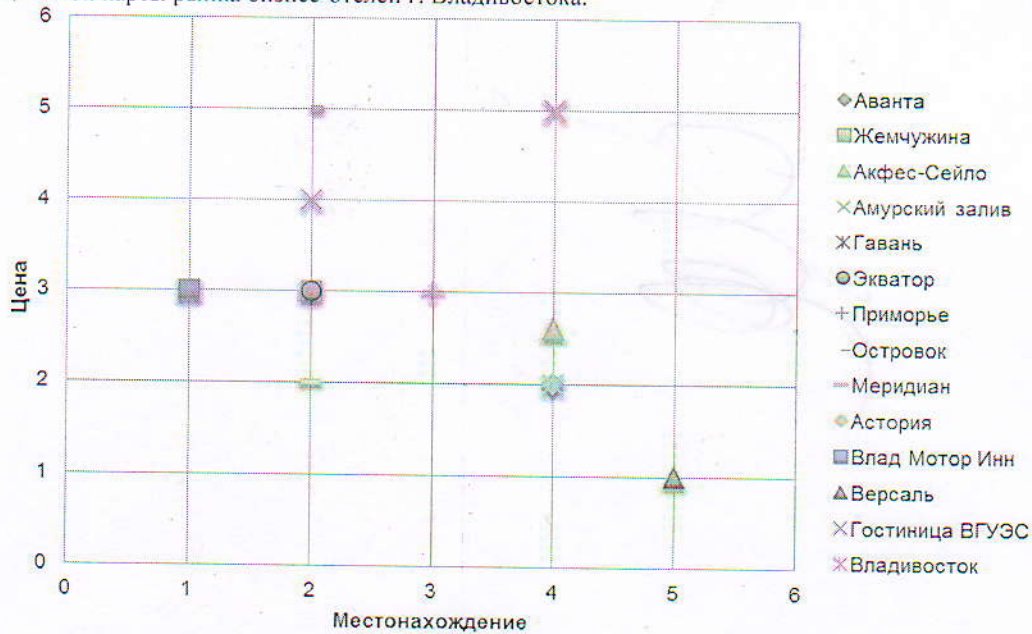


Рисунок 1 – Позиционная карта рынка бизнес-отелей Владивостока

Графическое представление позиционной карты рынка на рис.1 показывает, что ближайшими конкурентами гостиницы "Аванта" являются недавно открывшаяся гостиница «Астория» и гостиница «Азимут» Владивосток.

В таблице 3 приведена сравнительная характеристика конкурирующих гостиниц [2,3].

Таблица 3

Сравнительная характеристика гостиниц			
Гостиницы	Аванта	Астория	Владивосток
Факторы, характеризующие гостиницу			
Местонахождение	2,5 км от центра	2,5 км от центра	2 км от центра
Номерной фонд	84	113	378
Текучесть кадров	Отсутствует	Отсутствует	Высокая
Контингент гостей	Бизнес	Бизнес, отдых	Бизнес, семейные, отдых
Наличие сайта	Да	Нет	Да
Факторы, характеризующие производство и оказание услуг			
Средняя цена за номер, руб.	5200	5000	4900
Min/max цена за номер	3500/14000	3500/9000	4600/6200
Ассортимент доп. услуг	Широкий	Низкий	Средний
Факторы, характеризующие маркетинговую политику			
Реклама	Достаточная	Недостаточная	Достаточная

Как видно из таблицы 3, сравниваемые гостиницы находятся примерно в одном ценовом диапазоне и каждая из гостиниц ориентирована на бизнес сегмент потребителей. Наибольшим номерным фондом обладает гостиница Азимут Владивосток - 378 номеров, гостиница "Аванта" занимает третью позицию - 84 номера. Так же необходимо сравнить спектр предоставляемых гостиницами услуг. Сравнительный анализ представлен в таблице 4.

Таблица 4

Сравнение спектра дополнительных услуг гостиниц

№ п/п	Дополнительные услуги	Аванта	Астория	Владивосток
1	Предоставление доп.кроватьей	+	-	+
2	wi-fi	+	+	+
3	Парковка	+	+	+
4	Завтраки	+	+	+
5	Сейф в номере	+	+	+
6	Лифт	+	+	+
7	Доставка прессы	+	+	+
8	Экскурсионное бюро	-	+	-
9	Размещение животных	+	-	-
10	Фитнес-центр	+	-	-
11	Ресторан/бар	+	+	+
12	Roomservis	+	+	+
13	Сувенирный магазин	+	-	+
14	Прокат автомобилей	+	+	+
15	Трансфер	+	+	+
16	Упаковочные ланчи	+	+	-
17	Конференц-зал	+	+	+
18	Факс/ксерокопирование	+	+	+
19	Встреча в аэропорту	+	+	+
20	Мед.центр	+	-	-
21	Прачечная	+	+	+
22	Парикмахерская/ салон красоты	-	-	+
Итого		20	16	17

Из таблицы 4 видно, что по спектру предоставляемых дополнительных услуг лидирует гостиница "Аванта", второе место занимает гостиница "Азимут" корпус Владивосток, на последнем месте находится гостиница "Астория". В таблице 5 приводится оценка конкурирующих гостиниц методом взвешенных коэффициентов. Для данной оценки использовалась пяти бальная шкала. Все данные, используемые, при оценке являются вторичными и находятся в свободном доступе.

Таблица 5

Оценка конкурентоспособности ГРК «Аванта»

Критерии конкурентоспособности	Уд. вес критерия	Аванта		Астория		Владивосток	
		балл	оценка	балл	оценка	Балл	Оценка
Номерной фонд	0,1	4	0,40	5	0,50	5	0,50
Месторасположение	0,2	3	0,60	4	0,80	5	1,00
Стоимость услуг	0,1	3	0,30	4	0,40	5	0,50
Ассортимент дополнительных услуг	0,2	5	1,00	3	0,60	4	0,80
Услуги питания	0,1	4	0,40	5	0,50	4	0,40
Качество обслуживания	0,2	5	1,00	5	1,00	4	0,80
Продвижение услуг	0,1	4	0,40	3	0,30	5	0,50
Итого:	1		4,10		4,10		4,50

Согласно данным таблицы 5, гостиница «Аванта» получила оценку 4,1 балла из 5 возможных. Это является достаточно хорошим результатом. Гостиница «Аванта» отстает от своего главного конкурента гостиницы «Азимут Владивосток» на 0,4 балла. Это связано с тем, что гостиница «Владивосток» в мае этого года открылась после реконструкции, у нее полностью обновлен номерной фонд, а так же более удачное месторасположение относительно рельефа города и данная гостиница использует все каналы продвижения своего продукта в полной мере (печатная реклама, Интернет-маркетинг, SMM). Гостиница «Астория» получила, как и гостиница «Аванта» 4,1 балл. Это можно объяснить тем, что гостиница введена в эксплуатацию недавно, имеет абсолютно новый номерной фонд, гостиница только завоевывает свое имя на рынке услуг г. Владивостока.

Гостиница «Аванта» уступает своему ближайшему конкуренту в цене и в недостаточно удобном месте расположения отеля. Рассмотрим, может ли руководство гостиницы компенсировать данные недостатки за счет улучшения других факторов. Для этого нами использован метод корреляционного анализа. В таблице 6 представлен расчет парных коэффициентов корреляции. Данный коэффициент позволяет выявить зависимость одних факторов от других. Если коэффициент корреляции выше 0,5 – наблюдается сильная зависимость между факторами, если коэффициент имеет отрицательное значение, то зависимость обратная.

Расчет парных коэффициентов корреляции

	Номерной фонд	Месторасположение	Стоимость услуг	Ассортимент доп. услуг	Услуги питания	Качество обслуживания	Продвижение услуг
Номерной фонд	1,00	0,85	0,94	-0,67	0,85	0,64	0,30
Месторасположение	0,85	1,00	0,95	-0,32	0,50	0,43	0,71
Стоимость услуг	0,94	0,95	1,00	-0,60	0,63	0,40	0,45
Ассортимент доп. услуг	-0,67	-0,32	-0,60	1,00	-0,63	-0,13	0,45
Услуги питания	0,85	0,50	0,63	-0,63	1,00	0,45	0,00
Качество обслуживания	0,64	0,43	0,40	-0,13	0,85	1,00	0,30
Продвижение услуг	0,30	0,81	0,45	0,45	0,00	0,30	1,00

Данные таблицы 6 позволили провести более полный анализ конкурентоспособности гостиницы на рынке услуг, а так же выявить подходы к компенсации тех или иных недостатков. Исходя из результатов таблицы 6, можно сделать вывод:

- стоимость услуг можно компенсировать в наибольшей степени хорошим состоянием номерного фонда (коэффициент – 0,94), а так же удобным месторасположением гостиницы

- у отеля «Аванта» не совсем удачное месторасположение, но данный фактор можно компенсировать качественным состоянием номерного фонда гостиницы, доступной стоимостью номеров (скидки, акции) и хорошей рекламой отеля.

Таким образом, гостинице «Аванта», для того чтобы удерживать свои конкурентные позиции на рынке, необходимо, в первую очередь, обратить внимание на состояние номерного фонда, на стоимость предоставляемых услуг (разработать бонусную программу для постоянных клиентов), а также использовать для продвижения своих услуг новые методы.

1. Баумгартен Л.В. Управление качеством в туризме : учебник для студ. высш. учеб. заведений/ Л.В. Баумгартен. – М.: Издательский центр «Академия», 2010. — 304 с.

2. Система бронирования отелей онлайн Booking.com [электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.booking.com/index.ru.html>

3. Система бронирования отелей онлайн tripadvisor.ru [электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tripadvisor.ru>

УДК 379.85

Проблемы интеркультурной адаптации иностранных студентов в студенческом городке ВГУЭС

Щербатова Людмила Николаевна,
бакалавр 4 курса, кафедра туризма и гостинично-ресторанного бизнеса
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Россия, Владивосток
E-mail: milada_1992@mail.ru; тел. +79146767197
ул. Гоголя, 41, г. Владивосток, Приморский край, Россия, 690014

В современном развивающемся мире интенсивно налаживаются межгосударственные образовательные контакты, увеличивается количество молодых людей, желающих получить образование в другой стране. В такой ситуации все более актуальной становится проблема социальной адаптации и межкультурного взаимодействия иностранных студентов, обучающихся в российских ВУЗах. Данная статья посвящена проблемам интеркультурной адаптации иностранных студентов ВГУЭС.

Ключевые слова и словосочетания: интеркультурная адаптация, иностранные студенты ВГУЭС, опрос.

Problems of intercultural adaptation of foreign students on campus VSUES