

понятно: в катере, который возит туристов по Сене, могут оказаться и японцы, и немцы, и американцы, и итальянцы, и граждане одной из стран постсоветского пространства. Читать им одновременно пять экскурсий, но на разных языках, конечно, неразумно-никто ничего не разберет. С помощью же аудиогuida каждый слушает информацию на понятном ему языке.

Россияне в вопросах внедрения аудиогидов весьма заметно продвинулись. К примеру, такую услугу предлагают многие российские музеи. В России аудиогиды (аудиоэкскурсии) можно встретить в таких музеях как: Государственный Эрмитаж, Третьяковская галерея, Государственный музей изобразительных искусств имени А. С. Пушкина и др. Для музеев аудиогиды являются одним из сервисов для посетителей и обычно предоставляются за отдельную плату.

Во Владивостоке услуги аудиогuida не совсем новы. Были попытки внедрить использование этого инновационного в своем роде для города продукт. В музейно-выставочном центре имени В.К. Арсеньева предоставлялась в 2010 году жителям и гостям города Владивостока новая услуга – аудиогид к проекту «Город и мода» с историком моды Александром Васильевым. Предъявление электронного экскурсовода решили начать в рамках завершающегося проекта «Город и мода», что очень уместно, поскольку услышать персональный экскурс и выставки Александра Васильева удалось немногим. Организаторы решили записать первую авторскую экскурсию на диктофон, после чего поработали с этим материалом, почистили звук и каждому желающему дали возможность услышать уникальный экскурс с историком моды. Для прослушивания экскурсии предоставлялся mp3 плеер и наушники в комплекте, которые необходимо было вернуть после прослушивания.

Власти стараются уделить внимание тому, как удовлетворить желание приезжих познакомиться с культурным наследием города. Если учесть во внимание проблему непрофессионализма гидов и экскурсоводов, то можно предположить, что на всех гидов просто не хватит. Да и не каждый отдыхающий захочет искать соответствующие турфирмы, которые могли бы доступно и на разных языках рассказать о понравившемся месте. Необходимо разработать проект «экскурсий без экскурсоводов». В основе данной программы лежит идея аудиогuida, которая применяется во многих странах мира.

Использование аудиогuida в музеях Владивостока, таких как подводная лодка С-56 поможет обеспечить качественное экскурсионное обслуживание. Ведь часто, иностранные туристы приезжают в лодку-музей самостоятельно, а экскурсовод там находится не постоянно. К тому же, профессионально подготовленного гида-переводчика в данном музее нет.

Это вовсе не означает, что введение аудиогuida вытеснит экскурсоводов с рынка Владивостока, а наоборот, это позволит получить доход с неохваченного сегмента туристского рынка-с тех туристов, которые путешествуют самостоятельно и которым интереснее пешком пройти в одиночку по городу.

Аудиогид - это новинка, пока что не имеющая серьезных конкурентов на рынке Владивостока, поэтому необходимо ее развивать. Ведь для качественного экскурсионного обслуживания город должен следовать тенденциям развития центра России, зарубежья. Нужно перенимать опыт и активно внедрять его на рынок экскурсионных услуг. Это поможет не только сделать город привлекательным для туристов, но и поднимет интерес к экскурсионным услугам жителей Владивостока.

1. Матюхина Ю.А. Экскурсионная деятельность: учеб. пособие для студентов образоват. учреждений сред. проф. образования / Ю. А. Матюхина, Е. Ю. Мигунова. - М. : Альфа-М : ИНФРА-М, 2011. - 224 с.;

2. Лескова Г.А. Методические вопросы туризма // Туристские фирмы. Выпуск 23. – СПб., «Невский фонд», 2009. - с. 220-226;

3. Голубев В.А. Направления развития туризма в Москве. // Турфирмы. 2009. № 20. с. 131.

РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ГОСТИНИЦАХ Г. ВЛАДИВОСТОКА

А. В. Никонова, IV курс, Институт сервиса, туризма и дизайна
Е. В. Шеметова – научный руководитель, старший преподаватель кафедры туризма и гостинично-ресторанного бизнеса

ФГБОУ ВПО Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, Владивосток

Цель работы: на основании теоретических и практических материалов проанализировать инновационные технологии в гостиницах г. Владивостока и выявить тенденции развития.

Инновация – это ничто иное, как действие по внедрению достижений науки и техники в технологии и управление, в том числе и в социальной сфере, т. е. в организациях, занимающихся предоставлением услуг населению.

К этому можно добавить, что инновация – это новый продукт, новое явление на рынке (предприятии), которое имеет целью привлечь потребителя, удовлетворить его потребности и одновременно принести доход предпринимателю [1].

Инновации в средствах размещения можно определить как процесс формирования качественно нового предоставления услуги. Отели уже обзавелись устройствами для мобильных телефонов и базовыми станциями беспроводных телефонов. Появились и специальные электронные устройства, запоминаящие все предпочтения гостя – от температуры воздуха в комнате до музыкальных пристрастий.

В последние десятилетия меняется и структура гостиничного бизнеса. Предприятия индустрии гостеприимства осваивают все большее количество неосвоенных им видов деятельности, что ведет к реорганизации систем управления. Многие современные отели уже сейчас представляют собой не одну компанию, а группу компаний, объединенных в холдинговую структуру. Если раньше в центре внимания руководства отеля находились вопросы управления номерным фондом, то сейчас акценты смещаются на управление всеми ресурсами предприятия и организацию эффективного финансового менеджмента.

Сегодня все стараются превзойти друг друга и доказать свои преимущества, что, безусловно, приводит к появлению различных «гаджетов», высокотехнологичных новинок необходимых для победы в конкурентной борьбе. Инновационные решения играют огромную роль в развитии бизнеса, и особое место занимают в гостиничной отрасли. На сегодняшний день большая часть гостиниц автоматизированы, ведь преимущества данных систем очевидны не только отелям, но и гостям [2].

В городе Владивостоке официально зарегистрировано 42 гостиницы с общим номерным фондом более 4000 единиц (данные на 2012 г.) [3].

Рынок услуг размещения в г. Владивостоке представлен широким кругом предприятий. Был проведен анализ гостиничных предприятий, действующих на рынке г. Владивостока. С точки зрения географического распределения конкурентный рынок г. Владивостока является наиболее динамичным (уменьшение числа предприятий за 4 года - 41,66%), одним из объемных (19,09% в краевой структуре) и сегментированным по территориальному размещению внутри города, так и размеру гостиниц, категорийности, характеристикам гостей [4].

Анализ проводился согласно двум формам инновационного процесса, а именно внутриорганизационной и межорганизационной. Сущность анализа состоит из оцениваемых составляющих инновационной деятельности: информационная и материально-техническая.

Таблица 1

Характеристика внутриорганизационного инновационного процесса в гостиницах г. Владивостока

Наименование предприятия	Back-office систем	Наличие Wi-Fi / бесплатный	Наличие программы лояльности	Характеристика технического оснащения номера и общественных помещений
Владивосток	-	+ / +	+	Кабельное телевидение
Амурский залив	-	+ / +	+	Кабельное телевидение
Приморье	-	+ / -	-	Кабельное телевидение, вентилятор (кондиционером оборудованы только номера люкс)
Меридиан	-	+ / -	+	Автомат по оплате услуг мобильной связи, ЖК-телевизор
Экватор	-	+ / +	+	Спутниковое телевидение
Хендэ	-	+ / +	+	Наличие спутниковых каналов, централизованная система кондиционирования, электронные замки
Афес-Сейо	-	+ / +	+	Кондиционер, спутниковое телевидение
Аванта	-	+ / +	+	ЖК-телевизор, кондиционер, электронные замки

Гостиничные предприятия для анализа были отобраны из первой и второй группы. Выбранные отели: «Владивосток», «Амурский залив», «Приморье», «Меридиан», «Экватор», «Хендэ», «Акфес-Сейфо».

Для обеспечения качества обслуживания клиентов, за счет снижения времени на регистрацию, размещение и оплату услуг, в гостиницах используются программы для автоматизации рабочих мест служб размещения и бронирования. В основном используются западные программы, т.к. отечественные аналоги уступают по технологическому и технологическому функционалу.

Из данных таблицы 1 можно сделать вывод, что гостиницы не пользуются системами Back-office для автоматизации своих предприятий. Стоит отметить положительную тенденцию в области оснащенности беспроводным интернетом и преобразование услуги в бесплатную: на данный момент все гостиницы из списка имеют зону покрытия Wi-Fi, но все же остаются предприятия, где услуга сохраняет статус платной. Например, данное обстоятельство не приемлемо для отелей Европы и Северной Америке. Если туристу придется заплатить за пользование интернетом, он больше не воспользуется услугами отеля.

Хотелось отметить, что практически все гостиницы из списка располагают программами лояльности, за исключением одной – гостиница «Приморье». Что касается технического оснащения номеров, можно выделить как положительные, так и отрицательные стороны. Положительная сторона - многие гостиницы пользуются услугами поставщиков кабельного и спутникового телевидения. Отрицательная сторона – системы кондиционирования не имеют централизованный характер у подавляющего большинства гостиниц, за исключением гостиницы «Хендэ». Так же стоит отметить, что данное гостиничное предприятие и гостиница «Аванта» использует систему электронных замков, единственное на рынке.

Для более полной оценки инновационной деятельности был проведен анализ межорганизационных инновационных процессов гостиничных предприятий (таблица 2).

Таблица 2

Характеристика межорганизационного инновационного процесса в гостиницах г. Владивостока

Наименование предприятия	Наличие электронного сайта (дата обновления)	Наличие on-line бронирования		Наличие в социальных сетях	Наличие видеотура (3D экскурсии)	Наличие интернет-сервиса iVisa
		На собственном сайте	Через посредников			
Владивосток	+ (2013)	+	+	+	-	+
Амурский залив	+ (2013)	+	+	+	-	+
Приморье	+ (2009)	+	+	-	-	-
Меридиан	+ (2013)	+	+	-	+	-
Экватор	+ (-----)	+	+	+	-	+
Хендэ	+ (2012)	+	+	-	-	-
Афес-Сейо	+ (2013)	+	+	-	-	-
Аванта	+ (2010)	+	+	-	+	+

представленные гостиницы имеют электронные сайты, но половина из предприятий обновляли их 4 года назад. Данное обстоятельство негативно сказывается на имидже предприятия: недостоверная информация клиентам, устаревшая визуальная картинка. Гостиничные предприятия используют системы бронирования номеров как размещенные на собственных сайтах, так и на независимых туристских интернет-порталах.

Всего 3 гостиничных предприятия из 8 имеют странички, размещенные в социальных

сетях, и 2 гостиницы имеют услуги видео-тура. Данные технологии открывают широкий спектр возможностей перед предприятием. На пример: гостиница «Меридиан» установила электронный путеводитель на сайт. С помощью данного приложения пользователь может в стационарном режиме просмотреть всю гостиницу и заказать понравившийся номер on-line

Бронирование номеров и услуг посредством сети Интернет через посредников и через свои собственные электронные ресурсы может охарактеризовать политику продвижения гостиничных предприятий. Все гостиницы активно используют данный контент, но стоит выделить гостиницу «Хендэ», которая стимулирует пользователей 10 % скидкой на предоставление услуг при бронировании через свой сайт.

Половина гостиниц используется услугами интернет-сервиса iVisa. Данный сервис упрощает получение визы иностранным гражданам, забронировавшим номер в данных отелях.

Одним из показателей инновационной деятельности является качество исполнения электронного сайта. На современном рынке электронной дистрибуции удобство использования электронного сайта предприятия является очень важным. Сайт должен быть организован так, чтобы посетитель мог без малейших затруднений найти важные данные. В противном случае польза онлайн-ресурса будет более чем сомнительной

На основе метода наблюдения и сравнения был проведен сравнительный анализ веб-сайтов гостиниц, способствующий выбору наиболее преуспевающих гостиниц в инновационном процессе.

Оценка определялась из совокупности показателей: общей характеристики сайта, преимуществ и недостатков. Предприятия оценивались на основе рекомендационной статьи об организации веб-сайтов гостиничных предприятий, размещенной на электронном портале www.prohotel.ru.

В общем, оценка качества выполнения сайтов гостиниц г. Владивостока может быть определена как – хорошо. Но существуют некоторые недостатки, требующие доработки.

Согласно данным проделанного сравнительного анализа, гостиничные предприятия уделяют надлежащее внимание функционалу их электронных ресурсов. Но стоит отметить негативные стороны: половина предприятий обновляли сайты больше 3 лет назад. Необходимо уделять внимание качеству излагаемой информации и мультимедийной составляющей. Только 2 гостиницы из списка воспользовались видео-экскурсией, когда данная технология применяется практически на всех западных гостиницах.

Из этого можно сделать вывод, что гостиницы уделяют внимание вопросам продвижения, но не ориентируются на потребителя.

Несмотря на сложные политические и социально-экономические условия развития региона, наблюдается определенная динамика роста гостиниц. Однако данная тенденция носит экстенсивный характер, так как не наблюдается повышения эффективности гостиничного бизнеса, роста прибыльности и рентабельности деятельности гостиничных предприятий.

На фоне повышения открытости рынка и роста предложения гостиничных услуг наблюдается серьезное обострение конкурентной борьбы в гостиничном секторе.

Анализ инновационной деятельности показал, что гостиничные предприятия находятся на хорошем уровне, но это касается лишь определенных показателей.

Требуется постоянный контроль за качеством предлагаемой информации. Как рекомендация: ввод в штат сотрудника по контролю сайта. Уровень управления ценами (скидки), постоянства клиентуры и стимулирования продаж можно охарактеризовать как хороший, а уровень управления внутренними службами и стимулирования увеличения круга потребителей как удовлетворительный.

1. Ильенкова С. Д. Инновационный менеджмент: учеб. пособие. / С. Д. Ильенкова. – М.: ЮНИТИ, 2008. – 643 с.

2. Что нужно современному отелю, чтобы идти в ногу со временем? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://prohotel.ru/articles>.

3. Государственная программа развития Приморского края «Развитие туризма в Приморском крае» на 2013-2017 годы, утверждена постановлением Администрации Приморского края от 07.12.2012 № 396-па [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.primorsky.ru/documents/2025_Primorie_Strategy_Development.doc

4. Индустрия гостеприимства в Приморском крае: статистический сборник / [редкол.: В. Ф. Шаповалов (пред.) и др.]; Федерал. служба гос. статистики (Примстат). – Владивосток: Приморскстат, 2011. – 38 с.

5. Краткий путеводитель по недостаткам гостиничных сайтов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://prohotel.ru/articles>.

6. Высокие технологии и их роль в гостиничном бизнесе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://prohotel.ru/articles>.