

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>Щеретова 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 криптоинговую 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



5. Шевцова С.П. IV Российско-китайский форум по приграничному туризму между регионами Дальнего Востока и Восточной Сибири Российской Федерации и Северо-Востока Китайской Народной Республики. 14-15 октября 2014 г.: сборник статей / под ред. проф. А.Б. Косолапова. – Владивосток: Дирекция публикационной деятельности Дальневост. федерал. ун-та, 2014. – 242 с.

УДК 338.487

### Формирование современных бизнес-моделей в индустрии гостеприимства

Ракин Никита Александрович,  
бакалавр I курса, кафедры туризма и гостинично-ресторанного дела  
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса  
Россия, Владивосток  
E-mail: rakin.nik@mail.ru; тел.+79089925218  
ул. Харьковская, 3-213, г. Владивосток, Приморский край, Россия, 690021

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

*Любая предпринимательская структура, любая компания действует на основе определенной бизнес-модели. Термин «бизнес-модель» используется для характеристики уникальной коммерческой идеи той или иной компании (ее концепции бизнеса), того, каким образом данная компания использует свое устойчивое конкурентное преимущество для достижения более высокой эффективности по сравнению с конкурентами (стратегии компании), а также способности данной фирмы зарабатывать прибыль в настоящее время и в перспективе (модели получения доходов).*

*Ключевые слова и словосочетания: бизнес-модель, прибыль, конкуренция, гостеприимство.*

### Formation of modern business models in the hospitality industry

Rakin Nikita Aleksandrovich,  
bachelor of the 1<sup>st</sup> 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

*Any business structure, any company operating on the basis of a specific business model. The term «business model» is used to describe the unique business idea of a company (its business concept) of how this company uses its sustainable competitive advantage to achieve higher efficiency in comparison with competitors (strategy), as well as the ability to the firm to earn profits now and in the future (revenue model).*

*Keywords: business model, profit, rivalry, hospitality*

Гарвардская школа бизнеса дает следующее определение: бизнес-модель – это совокупность определяющих бизнес-решений, а также уступок и компромиссов, задействованных компанией для извлечения прибыли [1]. Бизнес-модель отражает специфику бизнеса, а именно специфику ведения бизнеса данной конкретной компании. Поэтому не существует универсальной бизнес-модели, которую каждая компания могла бы с успехом реализовать на практике. Безусловно, можно говорить о бизнес-моделях, типичных для конкретной отрасли.

Первые ростки индустрии гостеприимства появилась еще во времена Античности. Первое документальное подтверждение существования сферы гостеприимства зафиксировано в эпоху Древней Греции и Древнего Рима.

Факторы, повлиявшие на развитие сферы гостеприимства с древнейших времен, были следующие:

- появление новых государств;
- развитие городов и торговли;
- путешествия и освоение новых территорий;



- технические и технологические усовершенствования;
- социально демографические изменения.

Прототипы первых гостиничных предприятий выполняли больше социальные функции, чем коммерческие, потому что в то время получение дохода было незначительным.

Первым коммерческим и первым настоящим отелем – с коридорными, регистратурой, с замками на дверях номеров и даже с бесплатным мылом для гостей – был Tremont House на 70 номеров, открытый в Бостоне в 1829 г. С тех пор гостиничный бизнес достаточно успешно развивался по всему миру и способствовал созданию эффективных бизнес-моделей по нескольким направлениям. Ниже представим некоторые из них. Одним из первых типов бизнес-моделей сформированных на гостиничном рынке, можно назвать модели, созданные с учетом особенностей организации гостиничного дела, представленные в таблице 1.

Таблица 1

**Первые бизнес-модели в гостиничной индустрии**

Виды бизнес-моделей	Основные клиенты	Особенности моделей
Модель Ритца	- состоятельные туристы - бизнесмены	- неповторимость интерьера и стиля обслуживания; - непохожесть на другие гостиницы.
Модель Уилсона	- бизнес-клиенты	- единство стиля, архитектуры, интерьера; - единство обозначений и внешней информации; - просторный и функциональный холл; - автоматизация сервиса на всех предприятиях цепи; - номера, предоставляемые для постоянных клиентов; - завтрак - шведский стол; - наличие конференц-холла;
Добровольные гостиничные цепи под единой торговой маркой	- туристы - путешественники - бизнесмены	Гостиницы - члены платят взносы в единый фонд, который расходуется на объединенную рекламную и маркетинговую деятельность, продвижение продукта и т. д. При этом полностью сохраняется их финансово-экономическая и управленческая самостоятельность.

На дальнейшее формирование бизнес-моделей гостеприимства влияли национальные признаки, глобализация экономических процессов в тех или иных регионах мира (таблица 2).

Таблица 2

**Бизнес-модели, созданные по региональному признаку гостеприимства**

Типы моделей	Особенности функционирования
Европейская	- стремление европейских отелей к сокращению вместимости номерного фонда, что усиливает индивидуализацию обслуживания клиентов; - наиболее дорогие отели расположены в уникальных местах и зданиях, в исторических центрах городов; - автоматизация европейских отелей не заменяет личностных отношений с постояльцем; - сильнее где бы то ни было в Европе выражена гостиничная сегрегация, которая приводит к тому, что постоялец дорогого отеля никогда не столкнется в холле с постояльцем другого социального статуса; - вместе с тем европейский гостиничный рынок отличает диверсифицированность предложения – от дешевых придорожных гостиниц до крайне дорогих элитных отелей.
Азиатская	- наиболее удачное месторасположение; - большая площадь номеров и общественных помещений; - большая вместимость; - роскошь и богатство интерьеров и особенно экстерьеров отелей; - невысокая (по сравнению с Европой) стоимость и доступность услуг.
Американская	имеет черты европейской и азиатской модели. Так, в центрах крупнейших американских городов распространены отели класса «люкс», отвечающие требованиям типичных европейских гостиниц (стиль, небольшие размеры, индивидуальное обслуживание). С другой стороны, основные курорты и туристские центры страны застроены отелями, внешне и внутренне напоминающими азиатские (большая вместимость, роскошь, огромная развитая инфраструктура).
Восточно-европейская	Выделяется отдельно от европейской по причине наличия большой доли постсоветских предприятий гостиничной индустрии.

В настоящее время в мировой гостиничной индустрии получили развитие следующие разновидности гостиниц по характеру взаимоотношений между владельцем (предпринимателем, собственником) гостиницы (группой гостиниц) и управленческим звеном гостиницы [2].



**Бизнес-модели, созданные по признаку взаимоотношений между владельцем и управленческим звеном гостиницы**

Типы бизнес-моделей	Виды взаимоотношений
1. Независимые гостиницы, находящиеся во владении, распоряжении и пользовании владельца	а) управляемые самим владельцем; б) управляемые с помощью нанимаемых специалистов-менеджеров или нанимаемой (по договору) специализированной управленческой компанией
2. Гостиницы, входящие в гостиничные цепи (объединения), которые в зависимости от условий вхождения в эти объединения	а) гостиницы, являющиеся полноправными членами цепей, объединенных общей собственностью владельцев, осуществляющих коллективный бизнес, и гостиницы, управляемые администрацией цепи – представителями собственников; б) гостиницы, являющиеся ассоциированными (присоединившимися) членами цепи, принимающими участие в бизнесе на основе договора франшизы; в) гостиницы, входящие в объединение гостиниц на условиях контрактного управления ими (их собственностью) со стороны профессиональной гостиничной компании (гостиничного оператора), получающей «операционное» вознаграждение за эту деятельность от владельца; г) гостиницы, находящиеся под контрактным управлением другой гостиницы; д) гостиницы, входящие в объединение гостиниц на комбинированных условиях, например, условиях контрактного управления франшизой гостиницей со стороны франчайзодателя.
3. Гостиницы, входящие в ассоциации независимых гостиниц	а) гостиницы, входящие в ассоциации с целью увеличения прибыли и коммерческих возможностей; б) гостиницы, входящие в ассоциации (добровольные союзы предпринимателей в сфере гостеприимства), не преследующие цели извлечения дополнительной прибыли;

Таким образом, можно сделать следующий вывод о том, что на формирование различных бизнес-моделей в индустрии гостеприимства влияют:

- исторические этапы развития общества;
- зарождение и развитие экономики и рынка;
- глобализация и интернационализация бизнеса;
- самобытность и национальные традиции мировых регионов;
- уровень коммуникаций в гостиничном бизнесе между партнерами;
- потребности и ценности клиентов и т.д.

Можно предположить, что процесс формирования бизнес-моделей будет продолжаться, потому что на процессы глобализации индустрии гостеприимства влияют технологические, экономические, политические и социальные факторы развития.

1. Бизнес-модель предпринимательской деятельности [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://lomonosov-fund.ru/enc/ru/encyclopedia:0131326>.

2. Д.И. Елканова, Д.А. Осипов, В.В. Романов, Е.В. Сорокина. Основы индустрии гостеприимства [Электронный ресурс].- Режим доступа: [http://www.e-reading.club/bookreader.php/96118/Osnovy\\_industrii\\_gostepriimstva.html](http://www.e-reading.club/bookreader.php/96118/Osnovy_industrii_gostepriimstva.html).

3. Обзор международных гостиничных операторов в России [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://www.frontdesk.ru/>.

УДК 338.48

### Медицинский туризм в Сингапуре: преимущества и недостатки

Скиданенко Александр Петрович,  
бакалавр 4 курса, кафедра экономики и менеджмента  
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса  
Россия, Владивосток

E-mail: sashaskid@gmail.com, тел.: +79644320022  
ул. Гоголя, 41, г. Владивосток, Приморский край, Россия, 690014

*Данная работа посвящена рассмотрению преимуществ и недостатков медицинского туризма в Сингапуре. Исследование причин обращения за медицинской помощью за рубежом, позволило выявить четыре основных мотивационных фактора - это относительно низкая стоимость, передовые медицинские*