

**МАГИСТЕРСКАЯ ПРОГРАММА
ПО НАПРАВЛЕНИЮ
43.04.02 — ТУРИЗМ**

**УПРАВЛЕНИЕ ФИРМОЙ
И ТУРИСТСКИМИ РЫНКАМИ**

Особенностью программы является индивидуально-дифференцированный подход при определении области научно-исследовательских интересов магистрантов.

В программе делается **акцент** на таких вопросах как анализ факторов развития туристских рынков, инновационных методах разработки конкурентных стратегий, управления и продвижения туристских комплексов, предприятий; разработка и продвижение турпродуктов на национальном и международном рынках в условиях активной конкуренции, финансово-экономического анализа и оценки рисков предприятий.

Кем работают выпускники: менеджерами/специалистами и руководителями среднего и высшего звена в подразделениях и службах российских и зарубежных туристских компаний, отделах стратегического развития сферы туризма и рекреации, консалтинговых фирмах, отделах анализа и прогнозирования развития туристских рынков, научно-исследовательских и проектных организациях, образовательных учреждениях.

**Научный руководитель
программы:**

д.э.н., профессор
**БОГОЛЮБОВ
ВАЛЕРИЙ СЕРГЕЕВИЧ**
эл. почта: deni49@yandex.ru

Академический директор:

д.э.н., профессор
**БОГОЛЮБОВА
СВЕТЛАНА АНАТОЛЬЕВНА**
эл. почта: denia49@rambler.ru

**МАГИСТЕРСКАЯ ПРОГРАММА
ПО НАПРАВЛЕНИЮ
43.04.02 — ТУРИЗМ**

**ОРГАНИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ
ТУРИСТСКИМИ ДЕСТИНАЦИЯМИ**

Особенностью программы является активное взаимодействие с практиками туристского бизнеса, заключены договоры о сотрудничестве и прохождении практики с ОАО «Совет по туризму и экскурсиям Санкт-Петербурга», ООО «Инфлот круизы и путешествия», туристическая компания ООО «Мир», «Загородный клуб «Орех»» и др.

Кем работают выпускники: специалистами территориальных органов управления сферой туризма и рекреации; специалистами туристско-информационных центров; менеджерами туристских проектов; преподавателями среднего и дополнительного профессионального образования в сфере рекреации и туризма.

**Научный руководитель
программы:**

Вице-президент
Национальной академии туризма,
руководитель «Ресурсного центра
по туризму Северо-Западного
федерального округа»,
зав. кафедрой экономики
и управления в сфере услуг,
д.э.н., профессор

**КАРПОВА
ГАЛИНА АЛЕКСЕЕВНА**

Академический директор:

к.э.н., доцент кафедры
экономики и управления
в сфере услуг
**ВОЛОВОДА
АННА ВАЛЕНТИНОВНА**

Контакты:
Тел. (812) 458-97-63
socman.fines@mail.ru

**МАГИСТЕРСКАЯ ПРОГРАММА
ПО НАПРАВЛЕНИЮ
43.04.03 — ГОСТИНИЧНОЕ ДЕЛО**

**УПРАВЛЕНИЕ ГОСТИНИЧНЫМ
БИЗНЕСОМ**

Программа ориентирована на подготовку специалистов гостиничного бизнеса международного уровня, профессионально владеющих широким спектром организационно-управленческих и экономических знаний. Программа основана на профессиональном стандарте руководитель/управляющий гостиничного комплекса/сети гостиниц. В реализации программы принимают участие практики гостиничной индустрии. Магистрантам предоставляется уникальная возможность проходить стажировки на известных предприятиях индустрии гостеприимства в России и за рубежом, таких как «Хилтон Экспофорум Санкт-Петербург», «Кемпински Мойка, 22», «Коринтия Санкт-Петербург» (Невский Палас) и мн. др.

Кем работают выпускники:

Менеджерами/специалистами и руководителями различных подразделений гостиниц и др. предприятий размещения (например, апарт-отелях, санаториях, SPA-отелях и мн. др). Объем полученных знаний позволяет открыть собственное дело в сфере гостиничного бизнеса.

**Научный руководитель
программы:**

д.э.н., профессор,
зав. кафедрой гостиничного
и ресторанного бизнеса, почетный
работник ВО

**СТЕПАНОВА
СВЕТЛАНА АЛЕКСАНДРОВНА**

Академический директор:

к.п.н., доцент кафедры гостиничного
и ресторанного бизнеса

**САНДРИНА
ВИКТОРИЯ ЕВГЕНЬЕВНА**

Контакты: Тел. (812) 458-97-25
dept.kgibr@unecon.ru

**МАГИСТЕРСКАЯ ПРОГРАММА
ПО НАПРАВЛЕНИЮ
43.04.01 — СЕРВИС**

**СЕРВИСНАЯ ЭКОНОМИКА:
МЕЖДУНАРОДНЫЕ РЫНКИ УСЛУГ**

Программа основана на профессиональных стандартах индустрии встреч (специалист выставочной деятельности), в реализации программ принимают участие практик event- и СПА-индустрии.

Программа реализует три траектории подготовки:

— Управление сервисными организациями на международных рынках event-услуг;

— Индустрия СПА на международном рынке услуг;

— Инновационные технологии сервиса технических систем.

Кем работают выпускники:

— руководителями и ведущими специалистами компаний, ориентированных на международные рынки услуг; руководителями предприятий, специализирующихся на предоставлении услуг в сфере конгрессно-выставочной деятельности; ведущими специалистами в консультационных фирмах и научно-исследовательских центрах, занимающихся проблематикой сервисной экономики.

**Научный руководитель
программы:**

д.э.н., профессор

ХОРЕВА

ЛЮБОВЬ ВИКТОРОВНА

эл. почта: luhor@inbox.ru

**Академический директор
программы:**

к.э.н.,

ШОКОЛА

ЯНА ВЛАДИМИРОВНА

эл. почта: shokola_yana@mail.ru

**РАСПИСАНИЕ
ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ЭКЗАМЕНОВ
В МАГИСТРАТУРУ СПБГЭУ**

Все мероприятия проходят по адресу
наб. канала Грибоедова д. 30/32

**1 ПОТОК для абитуриентов
ОЧНОЙ и ЗАОЧНОЙ** форм
обучения (БЮДЖЕТ / КОНТРАКТ)

КОНСУЛЬТАЦИЯ
(все направления)
26.07.18 17:00

ЭКЗАМЕН

Сервис 27.07.18 в 14:00
Гостиничное дело 03.08.18 в 10:00
Туризм 06.08.18 в 10:00

**2 ПОТОК для абитуриентов
ОЧНОЙ и ЗАОЧНОЙ** форм
обучения (КОНТРАКТ)

КОНСУЛЬТАЦИЯ
(все направления)
23.08.18 11:00

ЭКЗАМЕН

Туризм 23.08.18 в 14:00
Сервис 24.08.18 в 11:00
Гостиничное дело 24.08.18 в 14:00

**3 ПОТОК для абитуриентов
ЗАОЧНОЙ** форм обучения
(КОНТРАКТ)

КОНСУЛЬТАЦИЯ
(Гостиничное дело, Туризм)
17.09.18 в 10.50

ЭКЗАМЕН

Туризм 18.09.18 в 10:50
Гостиничное дело 18.09.18 в 14:30

**САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ МАГИСТРАТУРЫ**

**ФАКУЛЬТЕТ СЕРВИСА, ТУРИЗМА
И ГОСТЕПРИИМСТВА**

**МАГИСТРАТУРА
СПБГЭУ –
НЕ ТОЛЬКО ЭКОНОМИКА**

Магистерские программы
по направлениям:

СЕРВИС

(очная форма):

— 30 бюджетных мест
— 10 мест на контракт

ТУРИЗМ

(очная и заочная формы)

— 46 бюджетных мест
— 46 мест на контракт

ГОСТИНИЧНОЕ ДЕЛО

(очная и заочная формы)

— 46 бюджетных мест
— 30 мест на контракт



Министерство образования и науки Российской Федерации

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

КАФЕДРА ГОСТИНИЧНОГО И РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

ВЕСТНИК ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

НАУЧНЫЙ СБОРНИК

Выпуск 4

ИЗДАТЕЛЬСТВО
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА
2018

ББК 65.432
В 38

В 38 **Вестник** индустрии гостеприимства : научный сборник. Выпуск 4. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2018. – 98 с.

ISBN (вып. 4)
ISBN 978-5-7310-3423-4

Четвертый выпуск научного сборника «ВЕСТНИК ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА» подготовлен на факультете сервиса, туризма и гостеприимства Санкт-Петербургского государственного экономического университета профессорско-преподавательским составом кафедр, входящих в состав факультета. Содержание статей, включенных в этот выпуск сборника, посвящено рассмотрению современных тенденций развития гостиничного и ресторанного бизнеса, особенностей внедрения информационно-коммуникационных и цифровых технологий в деятельность гостиничного предприятия, обзору практик применения актуальных инструментов менеджмента и маркетинга. Не остались в стороне вопросы совершенствования качества предоставляемых услуг, повышения эффективности эксплуатации гостинично-ресторанных комплексов, эффективности работы персонала.

The fourth edition of the scientific digest "VESTNIK OF HOSPITALITY" was prepared at the faculty of service, tourism and hospitality of St. Petersburg State University of Economics by the teachers from the Departments included into the Faculty. The collection of scientific articles is formed from the work of specialists of the hospitality industry, teachers and undergraduates. The articles are devoted to the consideration of modern trends in the development of the hotel and restaurant business, the peculiarities of the introduction of information, communication and digital technologies in the activity of the hospitality enterprise, the review of the practices of applying topical management and marketing tools. The issues of improving the quality of services provided, improving the efficiency of operation of hospitality complexes, and the efficiency of staff work were not left out.

ББК 65.432

ISBN (вып. 4)
ISBN 978-5-7310-3423-4



Уважаемые читатели!

От имени Совета Директоров сети отелей Cronwell Hotels&Resorts, а также от Российской Гостиничной Ассоциации рад приветствовать авторов очередного выпуска научного сборника кафедры гостиничного и ресторанного бизнеса «Вестник индустрии гостеприимства».

Вестник индустрии гостеприимства — это не просто собранные под одной обложкой научные работы в области гостеприимства, а результат эффективного сотрудничества профессорско-преподавательского состава и студентов Санкт-Петербургского государственного экономического университета. Подчеркну — именно сотрудничество, а не только процесс передачи знаний. Благодаря такому сотрудничеству поддерживается и развивается интерес молодежи к работе в сфере гостеприимства.

Таким образом, работа СПбГЭУ дает возможность нам, как работодателям формировать кадровый резерв среди студентов вашего ВУЗа и получать подготовленных специалистов.

Развитие современных технологий в гостиничной сфере требует привлечения в гостиничный сектор молодых активных специалистов, которые, в том числе, обучаются в СПбГЭУ.

Вестник индустрии гостеприимства дает возможность молодым специалистам проявить себя и обозначить новые тенденции в развитии гостеприимства.

Благодарю вас за плодотворную работу. Желаю удачи и процветания!

Алексей Мусакин

Управляющий партнер Cronwell Hotels&Resorts,
Генеральный директор Управляющей компании Cronwell Management,
Вице-Президент Российской Гостиничной Ассоциации

Уважаемые читатели, коллеги!

Четвертый выпуск сборника научных работ «Вестник индустрии гостеприимства» подготовлен на факультете сервиса, туризма и гостеприимства Санкт-Петербургского государственного экономического университета профессорско-преподавательским составом кафедры гостиничного и ресторанного бизнеса. Сборник сформирован из работ специалистов предприятий гостиничной индустрии, преподавателей и магистрантов факультета сервиса, туризма и гостеприимства СПбГЭУ. Статьи посвящены рассмотрению современных тенденций развития гостиничного и ресторанного бизнеса, особенностей внедрения информационно-коммуникационных и цифровых технологий в деятельность гостиничного предприятия, обзору практик применения актуальных инструментов менеджмента и маркетинга. Не остались в стороне вопросы совершенствования качества предоставляемых услуг, повышения эффективности эксплуатации гостинично-ресторанных комплексов, эффективности работы персонала.

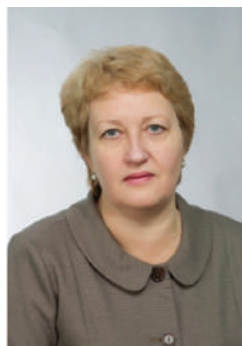
В сборнике также представлены материалы докладов и сообщений, сделанных в рамках V Международной научно-практической конференции «Современный гостинично-ресторанный бизнес: экономика и менеджмент». Со организаторами конференции, которая состоялась 31 мая 2018 года, выступили Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, Дальневосточный федеральный университет, Белорусский государственный экономический университет. В работе конференции приняли участие около 100 представителей из 11 научно-образовательных организаций.

The collection of scientific articles is formed from the work of specialists of the hospitality industry, teachers and undergraduates of the Faculty of Service, Tourism and Hospitality SPbGEU. The articles are devoted to the consideration of modern trends in the development of the hotel and restaurant business, the peculiarities of the introduction of information, communication and digital technologies in the activity of the hospitality enterprise, the review of the practices of applying topical management and marketing tools. The issues of improving the quality of services provided, improving the efficiency of operation of hospitality complexes, and the efficiency of staff work were not left out.

The collection also presents the materials of the reports and reports made within the framework of the V International Scientific and Practical Conference "Modern Hotel and Restaurant Business: Economics and Management". The conference was organized by the St. Petersburg State Economic University, Vernadsky Crimean Federal University, Far Eastern Federal University, and the Belarusian State Economic University. About 100 representatives from 11 scientific and educational organizations took part in the conference.



НАУЧНЫЙ РЕДАКТОР
заведующая кафедрой
гостиничного и ресторанного
бизнеса, д.э.н., профессор
Светлана Александровна
Степанова



ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР
к.т.н., доцент кафедры
гостиничного
и ресторанного бизнеса
Наталья Борисовна
Куцева



НАУЧНЫЙ РЕДАКТОР
д.ф.н., профессор кафедры
гостиничного
и ресторанного бизнеса
Ольга Валерьевна
Архипова



Я рада приветствовать авторов и читателей четвертого выпуска научного сборника «Вестник индустрии гостеприимства». Хочу поблагодарить за проявленный интерес к регулярному научному изданию, которое позволяет нам высказать и обсудить в профессиональной сфере наболевшие проблемы индустрии гостеприимства, предложить пути решения данных проблем на комплексной и системной основе, оценить перспективы развития сферы гостеприимства в России и за рубежом.

Особенностью четвертого номера научного сборника является публикационная активность магистрантов Санкт-Петербургского государственного экономического университета, программы «Управление гостиничным бизнесом», направления подготовки 43.04.03 «Гостиничное дело». Это особенно приятно, так как именно молодые исследователи ищут и находят те инновационные решения развития индустрии гостеприимства, которые позволят сделать гостиничный бизнес более конкурентоспособным на рынке услуг размещения.

В четвертом выпуске научного сборника «Вестник индустрии гостеприимства» представлены статьи, в которых затрагиваются вопросы применения эффективных инструментов маркетинга в гостиничном бизнесе, выявляются особенности менеджмента и экономики индустрии гостеприимства. Не остаются в стороне проблемы влияния цифровизации на индустрию гостеприимства, а также вопросы подготовки эффективного сервисориентированного персонала. Все это делает издание своевременным и актуальным.

От всей души хочу пожелать всем нам успехов в научных исследованиях индустрии гостеприимства, развития творческого потенциала, профессиональных достижений и, конечно же, личного счастья!

Светлана Александровна Степанова
научный редактор сборника «Вестник индустрии гостеприимства»,
заведующая кафедрой Гостиничного и ресторанного бизнеса,
д.э.н., профессор

О Г Л А В Л Е Н И Е

РАЗДЕЛ I

ЕДИНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ПРОСТРАНСТВО И ПОДГОТОВКА КАДРОВ ДЛЯ СФЕРЫ СЕРВИСА, ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

- Кострюкова О.Н., Речиц Е.В.*
СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОЕКТНО-ОРИЕНТИРОВАННОГО ОБРАЗОВАНИЯ
В ПОДГОТОВКЕ КАДРОВ С ВЫСШИМ ОБРАЗОВАНИЕМ ДЛЯ СЕРВИСНЫХ
ИНДУСТРИЙ (НА ПРИМЕРЕ ИНДУСТРИИ ДЕЛОВЫХ СОБЫТИЙ) 8
- Архипова О.В., Красникова И.Г.*
ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЭТИКИ ГОСТЕПРИИМСТВА
В ПРОЦЕССЕ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ СФЕРЫ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА 17
- Николаев А.В.*
ПРОБЛЕМЫ РОССИЙСКОГО СЕРВИСА В КОНТЕКСТЕ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ
ДЛЯ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА 21
- Ковалева Л.И., Ковалева Н.А.*
КОМПЕТЕНТНОСТНЫЙ ПОДХОД В ПРОЦЕССЕ ПОДГОТОВКИ БАКАЛАВРОВ
ПО НАПРАВЛЕНИЮ «ТЕХНОЛОГИЯ ПРОДУКЦИИ И ОРГАНИЗАЦИЯ ОБЩЕСТВЕН-
НОГО ПИТАНИЯ» НАПРАВЛЕННОСТИ «ТЕХНОЛОГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ
РЕСТОРАННОГО ДЕЛА» 26
- Астахова И.О.*
МЕТОД CASE-STUDY КАК ЭФФЕКТИВНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНО-
ОРИЕНТИРОВАННОГО ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ 30

РАЗДЕЛ II

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЙ В СФЕРЕ СЕРВИСА, ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

- Иванов Д.А.*
ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ГОСТИНИЧНО-
РЕСТОРАННЫХ КОМПЛЕКСОВ ПУТЁМ ВНЕДРЕНИЯ ПРИНЦИПОВ «ЭКСПЛУА-
ТАЦИИ ПО СОСТОЯНИЮ» 33
- Воловода А.В., Белая В.В.*
РАЗВИТИЕ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В ПРИМОРСКОМ КРАЕ 36
- Манжигеева Т.А., Манжигеев В.С.*
ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ГОСТИНИЧНОГО ДЕЛА В ФЕДЕРАТИВНОЙ
РЕСПУБЛИКЕ НИГЕРИЯ 39
- Кузнецова Н.Н., Мешкова Ю.*
АНАЛИЗ РЫНКА ГОСТИНИЦ БИЗНЕС СЕГМЕНТА ГОРОДА УФЫ РЕСПУБЛИКА
БАШКОРТОСТАН 43
- Шаталова А.Е.*
МУЛЬТИПЛИКАТИВНОЕ ВЛИЯНИЕ ЧЕМПИОНАТА МИРА ПО ФУТБОЛУ-2018
НА РАЗВИТИЕ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА 51

РАЗДЕЛ III
**ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ ИНДУСТРИИ СЕРВИСА,
ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА**

<i>Королева М.А., Кущева Н.Б.</i> ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА ТУРИЗМА И СФЕРЫ УСЛУГ КАК «ПРОРЫВ В БУДУЩЕЕ»	55
<i>Клейман А.А., Бабанчикова О.А.</i> О ВНЕДРЕНИИ ЦИФРОВЫХ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И АВТОМАТИ- ЗАЦИИ УПРАВЛЕНИЯ В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТИНИЧНОГО И РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА	59
<i>Архипова О.В.</i> ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ КАК МАРКЕРЫ СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЫ	72

РАЗДЕЛ IV
СТАТЬИ МАГИСТРАНТОВ

<i>Шаталович Е.В.</i> ПЕРСПЕКТИВЫ ЭЛЕКТРОННОГО (ДИСТАНЦИОННОГО) ОБУЧЕНИЯ В ГОСТИ- НИЧНОМ ДЕЛЕ	76
<i>Гладышева Ю.О.</i> ВЛИЯНИЕ ПРОЦЕССА ЦИФРОВИЗАЦИИ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА НА ЦЕЛЕВУЮ АУДИТОРИЮ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ	79
<i>Мухортикова Е.Е.</i> ИНФОРМАЦИОННЫЕ КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ МАЛЫХ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В СЕВЕРО-ЗАПАДНОМ РЕГИОНЕ	83
<i>Смирнов Г.М.</i> ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ ГОСТИ- НИЧНОГО ТИПА В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ	88
<i>Мельситова Е.Р.</i> ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ КОМП- ЛЕКСОВ СЕТИ HAPPY SEASONS HOTEL GROUP В КРЫМУ	92

ОБЗОР НАУЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

<i>Архипова О.В., Скобельцына А.С.</i> УМЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ «СОВРЕМЕННЫЙ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННЫЙ БИЗНЕС: ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ».....	96
--	----

РАЗДЕЛ I

ЕДИНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ПРОСТРАНСТВО И ПОДГОТОВКА КАДРОВ ДЛЯ СФЕРЫ СЕРВИСА, ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА



Оксана Николаевна КОСТРЮКОВА

к.э.н., профессор,
декан факультета сервиса, туризма и гостеприимства,
заведующий кафедрой сервисной и конгрессно-выставочной деятельности,
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
kostrukova@unecon.ru

Oxana N. KOSTRIUKOVA

candidate of economic sciences, professor,
dean, Faculty of service, tourism and hospitality,
head of department of service and
congress-exhibition activity,
Saint-Petersburg State University of Economics
kostrukova@unecon.ru



Елена Валерьевна РЕЧИЦ

старший преподаватель
кафедра сервисной и конгрессно-выставочной деятельности
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
rechitc@yandex.ru

Helen V. Rechitc

senior lecture, department of service and congress-exhibition activity
Saint-Petersburg State University of Economics
rechitc@yandex.ru

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОЕКТНО-ОРИЕНТИРОВАННОГО ОБРАЗОВАНИЯ В ПОДГОТОВКЕ КАДРОВ С ВЫСШИМ ОБРАЗОВАНИЕМ ДЛЯ СЕРВИСНЫХ ИНДУСТРИЙ (НА ПРИМЕРЕ ИНДУСТРИИ ДЕЛОВЫХ СОБЫТИЙ)

Аннотация. В статье проанализирована возможность модернизации образовательных программ подготовки кадров с высшим образованием для индустрии деловых событий как одной из быстрорастущих сервисных индустрий, испытывающих дефицит квалифицированных специалистов, с позиции современной технологии проектно-ориентированного инженерного образования в соответствии со стандартами CDIO.

Ключевые слова: проектно-ориентированное образование, образовательная программа, индустрия деловых событий, проектное обучение, учебный проект.

MODERN TECHNOLOGIES OF DESIGN-ORIENTED EDUCATION IN TRAINING WITH HIGHER EDUCATION FOR SERVICE INDUSTRIES (FOR EXAMPLE BUSINESS EVENTS INDUSTRY)

Summary. The article analyzed the possibility of modernizing educational training programmes with higher education for business events industry as one of the fastest growing service industries

experiencing skill shortages, with the position of modern technologies of design-oriented engineering education in accordance with the standards of CDIO.

Keywords: project-oriented education, educational program, business events industry, project-based learning, training project.

Стремительное развитие индустрии деловых событий как важного сегмента сервисного сектора России, характеризующееся по данным ICCA потенциалом мероприятий с участием международных ассоциаций в размере более 500 млн. Евро [6], обуславливает актуализацию проблемы подготовки компетентных кадров, обладающих определенной совокупностью специальных знаний и навыков организации профессиональной деятельности. Кадровая проблема все чаще признается как основная руководителями профильных компаний. Так, Наталия Сашенко, продюсер образовательного проекта «SHOW'ЭТО' BUSINESS», преподаватель бизнес-школы RMA при ГУУ, автор курса «Event-менеджмент» в Институте современного искусства считает, что «две основные проблемы нашей индустрии, которые отражают общее развитие бизнеса в нашей стране: непрофессионализм и непрозрачность. И высшая школа, и дополнительное образование должны их решать, поскольку структурирование знаний в отрасли способствует развитию профессиональных сообществ, выработке профессиональной этики и появлению стандартов качества. Эти позиции позволяют сформировать профессию, одинаково понимаемую и со стороны исполнителя, и со стороны заказчика» [4].

В ходе успешно прошедшей в мае 2018 года в рамках Петербургского международного экономического форума профессиональной сессии «Инфраструктура событий. Инвестиции в качество» о необходимости выработки национальной модели компетенций, позволяющей формировать стандарты профессионального поведения и требования к качеству процесса планирования и организации мероприятий различного формата, говорил Алексей Калачев, директор Ассоциации «Национальное конгресс-бюро». Все участники дискуссии единодушно отмечали важность инвестиций в профессиональную подготовку и развитие специалистов индустрии деловых событий, актуальность разработки современной методологии реализации образовательных проектов, основанной на широком использовании зарубежного опыта, применении практико-ориентированных и проектных методов об-

разования, позволяющих в процессе обучения формировать у обучающихся необходимые не только профессиональные, но и социальные навыки.

Необходимо отметить недостаточную теоретическую обоснованность и отсутствие согласованной методологии профессиональной подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров для индустрии деловых событий. В числе наиболее значимых можно отметить труды таких зарубежных и отечественных ученых как: Дж. Голдблатт, У. Хальцбаур, Э. Йеттингер, Л. Спенсер и С. Спенсер, Н.Н. Старцева, М.С. Пашоликов, Д.В. Мельникова, В.А. Агафонов и др., но их работы, как правило, ограничиваются определением базового набора профессиональных качеств и личностных способностей работников индустрии деловых событий, сопряженных индустрий. Работы этих специалистов положены в основу современных моделей компетенций специалиста индустрии деловых событий, активно разрабатываемых учеными Санкт-Петербургского государственного экономического университета [3, 1, 9 и др.]. Различающиеся в терминологическом аппарате, методологии формирования, области применения, предлагаемые модели сходятся в структуре компетенций, включающей организационно-управленческие, коммуникативные, маркетинговые и творческо-проектные кластеры компетенций специалиста. Авторы также сходятся во мнении, что формирование соответствующего комплекса компетенций возможно только при непосредственном вовлечении в процесс формирования и реализации образовательных программ профессионально-экспертного сообщества, а также при условии активного применения современных педагогических технологий, прежде всего, проектно-ориентированного обучения. И, если методология включения профессионального сообщества в процесс создания и реализации образовательных программ нашла свое отражение в новом поколении федеральных государственных образовательных стандартов ФГОС ВО 3++, то адекватные принятой методологии проектно-ориентированные (или проектные) технологии обучения практически не отработаны.

Исторически, проектные технологии обучения получили широкое распространение в образовательных системах разных стран [5], доказав свою эффективность в формировании социальных навыков у обучающихся и решении проблемных и профессиональных задач в различных областях деятельности. В российской системе образования проектные технологии обучения начали применяться в последнее десятилетие и пока остаются «модной», методологически и методически недостаточно проработанной педагогической инновацией, направленной на стимулирование навыков совместной работы обучающихся в ходе реализации учебных проектов [14], позиционирующейся, в основном, в качестве альтернативы традиционному аудиторному, лекционному обучению.

Можно отметить некоторые работы, посвященные различным общим аспектам проектного обучения, таким как:

— сущность проектной деятельности, определение понятия «учебный проект», выявление особенностей учебных проектов, их классификация [7, 15, 14, 10, 8, 19 и др.];

— методологическое разнообразие подходов к проектному обучению в зависимости от поставленной задачи (формирование у обучающихся социальных навыков, решение профессиональных задач, обучение через дизайнерскую работу, обучение через практику и т. д.) [16, 5 и др.];

— обобщение особенностей и лучших практик применения проектного обучения в разных странах, на различных уровнях образования [5 и др.];

— проблематика организации процесса проектного обучения, его встраивания в учебный процесс [8, 17 и др.].

Целостный взгляд на роль и место учебного проектирования в современном образовательном процессе позволяет констатировать, что проектное обучение в настоящее время может рассматриваться как самостоятельная лично-ориентированная, развивающая образовательная технология, способствующая формированию метапредметных компетенций, прежде всего, навыков индивидуального и группового взаимодействия, умения работать в команде, лидерства, языковых коммуникаций, управления временем и т. д. Особенностью этой технологии является нацеленность на принципиальное изменение ролей обучающихся и педагогов, при котором первые стано-

вятся активными полноправными субъектами образовательного процесса, самостоятельно осуществляющими весь цикл проектной деятельности, а вторые соответственно — не транслируют готовую информацию, а организуют, координируют, стимулируют и направляют процесс самостоятельной работы обучающихся.

Однако, для профессионального образования такого понимания проектного обучения явно недостаточно. Для тех видов деятельности, где проектная деятельность является содержанием и единственно возможным способом организации профессиональной деятельности (а индустрия деловых событий, безусловно, относится к таким областям) важно не просто точно применять проектные технологии в процессе изучения отдельных дисциплин или модулей, ориентированных, например, на приобретение навыков проектирования деловых событий или управление их реализацией, а выстроить методологически целостную систему проектно-ориентированного образования, обеспечивающую последовательное формирование у обучающихся необходимого комплекса социальных и профессиональных компетенций в соответствующей образовательной среде.

Такой комплексный подход к обучению не является принципиально новым и уже получил признание в подготовке инженерно-технических кадров. В системе профессионального образования России получили признание и широкое распространение международные стандарты подготовки инженеров «Всемирная инициатива CDIO», основанные на проектно-ориентированном подходе, содержащие набор общих принципов создания учебных программ, их материально-технического обеспечения, подбора и обучения профессорско-преподавательского состава [11, 12, 13]. Основная идея CDIO заключается в том, чтобы «по окончании программы обучения выпускник должен уметь придумать новый продукт или новую техническую идею, осуществлять все конструкторские работы по ее воплощению (или давать нужные указания тем, кто будет этим заниматься), внедрить в производство то, что разработано» [2].

Философию CDIO раскрывают 12 стандартов, содержащих специальные требования к образовательным программам, включая [2]:

— философию программы (Стандарт 1);

— требования к разработке учебных планов (Стандарты 2, 3, 4);



Рис. 1. Расшифровка аббревиатуры CDIO

— способы реализации проектной деятельности и требования к рабочему пространству (Стандарты 5, 6);

— методы преподавания и обучения (Стандарты 7, 8);

— повышение квалификации преподавателей (Стандарты 9, 10);

— оценка результатов обучения и программы в целом (Стандарты 11, 12).

Каждый стандарт содержит основные требования к содержанию того или иного компонента образовательного процесса, обоснование необходимости их выполнения, перечень доказательств соответствия стандарту (ожидаемые результаты), а также шкалу показателей для оценки уровня выполнения требований стандарта.

Анализируя требования стандартов CDIO можно сделать вывод о целесообразности их более широкого распространения за рамки инженерного образования, например, в гуманитарную сферу, в подготовку кадров по тем

направлениям и специальностям, в составе видов деятельности которых заявляются «организационно-управленческая деятельность», «проектная деятельность», «исследовательская деятельность», «производственно-технологическая деятельность». К числу таких направлений могут быть отнесены направления подготовки таких УГНиС как 38.00.00 «Экономика и управление», 43.00.00 «Сервис и туризм» и др. Учитывая область профессиональной деятельности — индустрию деловых событий, явившуюся предметом рассмотрения настоящей статьи, в Таблице 1 сформулированы рамочные положения модернизации реализуемой на базе факультета сервиса, туризма и гостеприимства Санкт-Петербургского государственного экономического университета программы бакалавриата «Конгрессно-выставочная деятельность» по направлению подготовки 43.03.01 «Сервис» на основе проектно-ориентированного подхода CDIO.

Таблица

Модернизация образовательной программы «Конгрессно-выставочная деятельность» по направлению подготовки 43.03.01 Сервис на основе стандартов CDIO [на основе 18, составлено и дополнено авторами]

Стандарт CDIO	Основные требования стандарта CDIO к элементам образовательного процесса	Мероприятия по модернизации ОПОП бакалавриата «Конгрессно-выставочная деятельность» НП 43.03.01 Сервис
Стандарт 1 — CDIO как контекст инженерного образования	Выпускник должен быть способен к комплексной инженерной деятельности: <i>планировать, проектировать, производить и применять</i> (принцип «4П») инженерные <i>продукты, процессы и системы</i> в современной среде. Способен участвовать в реализации инженерных процессов, вносить вклад в развитие инженерных продуктов и осуществлять эту деятельность, работая в инженерной компании.	1. Формирование компетентностной модели специалиста индустрии деловых событий и последовательности формирования компетенций (принцип «4П»), определяющих содержание образовательной программы, исходя из принципа CDIO.

Продолжение табл.

Стандарт CDIO	Основные требования стандарта CDIO к элементам образовательного процесса	Мероприятия по модернизации ОПОП бакалавриата «Конгрессно-выставочная деятельность» НП 43.03.01 Сервис
Стандарт 2 — Результаты обучения	<p>В перечне Планируемых результатов обучения CDIO / CDIO Syllabus определены и кодифицированы результаты инженерного образования (что выпускники должны знать и уметь по окончании своей образовательной программы), включая знания, умения и личностные качества, согласованы с заинтересованными лицами по программе.</p> <p>Раздел 1. Технические знания.</p> <p>Раздел 2. Личностные результаты обучения.</p> <p>Раздел 3. Межличностные результаты обучения.</p> <p>Раздел 4. Навыки создания продуктов, процессов и систем.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Декомпозиция компетентностной модели выпускника в перечень личностных, межличностных и профессиональных компетенций, затем в знания и умения. 2. Согласование компетентностной модели и результатов обучения с заинтересованными сторонами через действенные механизмы взаимодействия (Совет образовательной программы, рецензирование и др.).
Стандарт 3 — Интегрированный учебный план	<p>Разработанный учебный план содержит взаимосвязанные дисциплины и включает четкий план по интеграции личностных, межличностных навыков, а также навыков создания продуктов, процессов и систем. Дисциплины являются взаимно поддерживающими. Определены четкие взаимосвязи между содержанием и результатами обучения отдельных дисциплин. Преподаватели играют активную роль в разработке интегрированного учебного плана.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Разработка учебного плана, в котором интегрированы запланированные результаты обучения с содержанием дисциплин, присутствуют междисциплинарные связи. Преподаватели включены в процесс установления связей между дисциплинами, выявления и установления возможностей формирования и развития отдельных навыков при изучении преподаваемых ими дисциплин. 2. Рабочий учебный план согласовывается с заинтересованными сторонами и актуализируется.
Стандарт 4 — Введение в инженерную деятельность	<p>Имеется вводный курс, создающий основу для инженерной практики при создании продуктов, процессов и систем и формирования основных личностных и межличностных навыков. Вводный курс направлен на стимулирование интереса и увеличения мотивации студентов к инженерной деятельности, сосредоточив их внимание на практической пользе соответствующих основных дисциплин.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Разработка вводного курса в профессиональную деятельность специалиста индустрии деловых событий, стимулирующего интерес студентов к созданию событийных продуктов, изучению профильных дисциплин, способствующего началу развития умений, зафиксированных в результатах обучения. 2. Актуализация вводного курса на основе обратной связи от студентов, преподавателей, иных заинтересованных лиц.
Стандарт 5 — Опыт ведения проектно-внедренческой деятельности	<p>Учебный план включает два или более проекта, предусматривающих получение опыта проектно-внедренческой деятельности, один на базовом уровне и один на продвинутом, в зависимости от его масштаба, сложности и последовательности реализации в программе. Программой предусмотрено последовательное</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Включение в логику учебного плана реализации двух или более учебных проектов по созданию деловых событий. Проект базового уровня должен быть направлен на создание <i>нового</i> несложного событийного продукта, реализуется на ранней стадии освоения образовательной программы как часть вводного курса.

Стандарт CDIO	Основные требования стандарта CDIO к элементам образовательного процесса	Мероприятия по модернизации ОПОП бакалавриата «Конгрессно-выставочная деятельность» НП 43.03.01 Сервис
	получение опыта и повышение уровней сложности, направленной на укрепление представления студентов о создании продуктов, процессов и систем. Особое внимание уделяется работе студентов над созданием продуктов и реализации процессов в реальных условиях.	<p>Проекты продвинутого уровня направлены на создание <i>новых</i>, более масштабных, сложных событийных продуктов, предусматривающих освоение всех видов деятельности («4П») в различном статусе обучающегося (участника рабочей команды и руководителя проекта), основанного на интегрированном использовании знаний и навыков, полученных на предыдущих курсах.</p> <p>2. Проекты включены в обязательные элементы учебного плана, реализуются в реальных условиях, актуализируются на основе обратной связи, полученной от обучающихся, преподавателей, иных заинтересованных лиц.</p>
Стандарт 6 — Рабочее пространство инженерной деятельности	Наличие рабочего пространства для инженерной деятельности и лабораторий, которые поддерживают и способствуют практическому освоению методов создания продуктов, процессов, систем, получению дисциплинарных знаний и изучению социальных аспектов. Рабочие пространства должны быть студенто-центрированными (лично-ориентированными), оборудованы современными инженерными инструментами, удобными в использовании, доступными и интерактивными. Создание новых рабочих пространств или модернизация существующих лабораторий зависят от размера программы и ресурсов учреждения.	<p>1. Определение потребности (состав, количество) в рабочих пространствах и лабораториях в соответствии с требованиями программы (творческая лаборатория, коворкинг, интерактивные пространства и т. д.).</p> <p>2. Выделение из аудиторного фонда и модернизация помещений в целях организации рабочего пространства и творческих лабораторий для практического освоения дисциплинарных знаний, самостоятельного обучения, предоставления возможности социального обучения, где студенты могут учиться друг у друга и взаимодействовать в командах.</p> <p>3. Оценка воздействия и эффективности рабочих пространств и их улучшение.</p>
Стандарт 7 — Интегрированное обучение	Опыт интегрированного обучения способствует формированию дисциплинарных знаний наряду с личностными навыками межличностного общения, создания продуктов, процессов и систем. Изучение вопросов профессиональной инженерной деятельности включается в содержание дисциплин. Представители промышленности, выпускники и другие заинтересованные лица должны быть задействованы в предоставлении примеров для таких заданий.	<p>1. Определение педагогических подходов и приемов, обеспечивающих интегрированное обучение в соответствии с профилем программы.</p> <p>2. Интеграция личностных, межличностных навыков с дисциплинарными знаниями при формировании учебно-методических комплексов дисциплин (на протяжении всего учебного плана). Утверждение соответствующих рабочих программ дисциплин.</p> <p>3. Обеспечение активного участия преподавателей в интегрированном обучении.</p>

Продолжение табл.

Стандарт CDIO	Основные требования стандарта CDIO к элементам образовательного процесса	Мероприятия по модернизации ОПОП бакалавриата «Конгрессно-выставочная деятельность» НП 43.03.01 Сервис
		<p>4. Привлечение партнеров и других заинтересованных лиц в проектирование и реализацию обучения в различных форматах (формирование банка кейсов, заданий, тем исследования, передача опыта, преподавание, наставничество и т. д.).</p> <p>5. Мониторинг и актуализация дисциплин на предмет интеграции в них результатов обучения и учебной деятельности.</p>
Стандарт 8 — Активные методы обучения	<p>Применение активных методов обучения для вовлечения студентов в размышление и процессы решения проблем. Меньшее внимание пассивной передаче информации и большее — вовлечению студентов в управление, использование, анализ и оценку идей и содержание дисциплин. Применение активных методов обучения большинством преподавателей на протяжении всего учебного плана. Успешное применение активных методов обучения в достижении результатов обучения студентами и их удовлетворенности методами обучения.</p>	<p>1. Определение возможностей активных методов обучения в реализации учебного плана.</p> <p>2. Формирование плана включения активных методов обучения в учебный план на всем его протяжении.</p> <p>3. Вовлечение преподавателей в применение активных методов обучения.</p> <p>4. Оценка уровня освоения результатов обучения обучающимися и их удовлетворенности методами обучения.</p> <p>5. Постоянное улучшение воздействия применения активных методов обучения на результаты обучения студентов на основании результатов экспертной оценки.</p>
<p>Стандарт 9 — Совершенствование CDIO компетенций преподавателей</p> <p>Стандарт 10 — Совершенствование педагогических компетенций преподавателей</p>	<p>Преподаватели инженерных дисциплин должны иметь практический опыт инженерной деятельности в деловой и промышленной сфере. Преподавателям необходимо постоянно совершенствовать свои инженерные знания и навыки для того чтобы приводить студентам подходящие примеры из практики и выступать в роли современного инженера. Должны быть освоены новые методы обучения. Большинство преподавателей должны обладать компетенциями в применении интегрированного (Стандарт 7) и активного (Стандарт 8) обучения, владеть методами оценки обучения студентов (Стандарт 11).</p>	<p>1. Формирование программы развития преподавателей в области CDIO компетенций (личностных, межличностных компетенций, навыков создания продуктов, процессов систем), педагогических компетенций на основе исследования и анализа потребностей в развитии компетенций преподавателей. Привлечение ресурсов университета, партнеров программы, иных заинтересованных сторон для развития компетенций преподавателей.</p> <p>2. Плановое повышение квалификации преподавателей, приобретение и обновление практического опыта в области CDIO компетенций и педагогических компетенций в согласованных форматах.</p> <p>3. Оценка компетентности преподавателей на соответствие требованиям программы при приеме</p>

Стандарт CDIO	Основные требования стандарта CDIO к элементам образовательного процесса	Мероприятия по модернизации ОПОП бакалавриата «Конгрессно-выставочная деятельность» НП 43.03.01 Сервис
		на работу и прохождении конкурсного отбора на должность.
Стандарт 11 — Оценка обучения Стандарт 12 — Оценка программы	Проведение оценки освоения студентами личностных и межличностных навыков, навыков создания продуктов, процессов и систем, а также дисциплинарных знаний. Применение различных методов оценки сочетающихся с результатами обучения CDIO. Наличие системы оценки соответствия программы данным двенадцати стандартам и обеспечения обратной связи со студентами, преподавателями и другими заинтересованными лицами в целях ее непрерывного совершенствования. Доведение информации о результатах оценки программы до преподавателей, студентов, руководства, выпускников и других заинтересованных лиц. Систематическое и непрерывное совершенствование программы на основе результатов оценки.	1. Анализ текущего использования методов оценки результатов обучения студентов преподавателями и определении потребности их усовершенствования. 2. Определение разнообразных эффективных методов оценки результатов обучения студентов, сочетающихся должным образом с результатами проектно-ориентированного обучения, профилем программы во всех курсах и на протяжении всего учебного плана, обеспечивающих получение надежных и достоверных данных. 3. Регулярная оценка учебных достижений студентов на основе сформированной системы методов оценки и принятие мер по внедрению результатов оценки в совершенствование учебного процесса. 4. Мониторинг соответствия программы установленным требованиям на основе применения разнообразных взаимодополняющих методов получения информации от студентов, преподавателей, руководства программой, выпускников, иных заинтересованных лиц. 5. Формирование и реализация плана систематического и непрерывного совершенствования программы на основе результатов оценки.

Таким образом, совершенствование образовательной программы подготовки кадров для индустрии деловых событий на основе доказавшей свою эффективность современной технологии проектно-ориентированного образования CDIO, позволит существенно сократить разрыв между существующей и все еще остающейся во многом пассивной моделью гуманитарного образования и постоянно изменяющимися требованиями профессиональной сферы деятельности. По-нашему мнению, методология CDIO должна быть принята во внимание при разработке образовательных программ для индустрии деловых

событий, поскольку нацелена на широкое использование методов проектного управления, не противоречит, а дополняет ключевые принципиальные положения федеральных государственных образовательных стандартов нового поколения проектным подходом к достижению запланированных результатов обучения, формированию эффективных и взаимовыгодных механизмов взаимодействия с работодателями, формированию необходимой среды обучения, механизмов оценки, самооценки, систематического и непрерывного совершенствования программы на основе результатов обратной связи.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Васильева Е.В. Формирование системы обеспечения качества деятельности в индустрии деловых встреч // диссертация на соискание уч. степ. докт. экон. наук по спец.08.00.05 — Экономика и управление народным хозяйством (Стандартизация и управление качеством продукции), 2017.
2. Всемирная инициатива CDIO. Стандарты: информационно-методическое издание / пер. с англ. и ред. А.И. Чучалина, Т.С. Петровской, Е.С. Кулюкиной; Томск. политех. ун-т. — Томск: Изд-во Томск. политех. ун-та, 2011. — 17 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://cdiorussia.ru>, свободный. — Загл. с экрана. — Яз. рус.
3. 10 Must Have — компетенций успешного event-менеджера // журнал «Компетенции» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://hr-media.ru/10-must-have-kompetencij-uspeshnogo-event-meneditzhera/>, свободный. — Загл. с экрана. — Яз. рус.
4. Информационный портал event-индустрии «Event.ru» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://event.ru>, свободный. — Загл. с экрана. — яз. рус., англ.
5. Казун А.П., Пастухова Л.С. Практики применения проектного метода обучения: опыт разных стран // Образование и наука. Том 20, №2, 2018.
6. Калачев А. Международные конгрессы на карте мира: новый импульс для развития региональной экономики // Open to the world. Специальное издание Ассоциации «Национальное конгресс-бюро», май, 2018 г., с.1.
7. Kilpatrick W.H. The Project Method: The Use of the Purposeful Act in the Educative Process. Teachers College Columbia University, 1929, 24p.
8. Коренькова М.С., Разбегаева Л.П. Организация проектной деятельности в высшей школе // Вестник Волгоградской академии МВД России, выпуск 4 (43) 2017 : науч.-метод. журнал. — Волгоград : ВА МВД России, 2017.
9. Кострюкова О.Н., Михайлова К.В. Проектирование программы повышения квалификации на основе требований работодателей конгрессно-выставочной индустрии // Актуальные проблемы развития индустрии гостеприимства. Сборник научных статей XIV Международной научно-практической конференции. 27 апреля 2018 г. / под ред. проф., канд. экон. наук, О.Н. Кострюковой, проф. д-ра экон. наук О.А. Никитиной. — СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2018.
10. Новые педагогические и информационные технологии в системе образования: учеб. пособие / под ред. Е.С. Полат. М.: Академия, 2001.
11. Официальный сайт Всемирной инициативы CDIO в России. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://cdiorussia.ru>
12. Официальный сайт Сколковского института науки и технологий. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.skoltech.ru>
13. Официальный сайт Агентства стратегических инициатив. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.asi.ru>
14. Пахомова И.Ю. Метод учебного проекта в образовательном учреждении. — М., 2003.
15. Пилюгина С.А. Метод проектной деятельности в Интернете и его развивающие возможности // Школьные технологии. 2002. №2, с.196–199.
16. Pecore J. L. From Kilpatrick's Project Method to Project-Based Learning // International Handbook of Progressive Education. 2015. P. 155–171.
17. Прохорова М.П., Семченко А.А. Организация самостоятельной работы обучающихся в форме проектной деятельности // Вестник Мининского университета. №2, 2017.
18. Современные технологии проектно-ориентированного образования [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — URL: http://cdiorussia.ru/app/data/uploads/2013/12/Gusev_ASI.pdf
19. Шарипов Ф.В. Образовательные технологии: проектирование и функционирование. — Уфа, 2011.



Ольга Валерьевна АРХИПОВА

д.ф.н, профессор
кафедра гостиничного и ресторанного бизнеса
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
olva@list.ru

Olga V. ARKHIPOVA

Doctor of Philosophy, Professor
Department of Hotel and Restaurant Business
Saint-Petersburg State University of Economics
olva@list.ru



Инна Геннадьевна КРАСНИКОВА

кафедра философии и политологии
Белорусский государственный медицинский университет
hazansof@bsmu.by

Inna G. KRASNIKOVA

Assistant Docent
Department of Philosophy and Political Science
Belarusian State Medical University
philosof@bsmu.by

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЭТИКИ ГОСТЕПРИИМСТВА В ПРОЦЕССЕ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ СФЕРЫ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

Аннотация. В статье рассматриваются актуальные проблемы формирования профессиональной этики при подготовке кадров сферы гостиничного бизнеса. Основная цель данной статьи заключается том, чтобы показать разницу между нормативной профессиональной этикой и этикой гостеприимства и отличиями в путях их формирования.

Ключевые слова: этика гостеприимства, профессиональная этика, кодекс этики.

PROFESSIONAL ETHICS IN HOSPITALITY AND ISSUES OF ITS FORMATION WHILE TRAINING IN HOTEL BUSINESS

Summary. In the article covers actual problems of formation of professional ethics are considered at preparation of personnel in the sphere of hotel business. The main purpose of this article is to show the difference between normative professional ethics and the ethics of hospitality and differences in the ways of their formation.

Keywords — ethics of hospitality, professional ethics, code of ethics.

В последние десятилетия произошли значимые изменения, имеющие непосредственное отношение к сфере гостеприимства. Они

связаны, прежде всего, с распространением и упрочением концепции «экономики впечатлений», и, появлением в этой связи, новых

форматов взаимодействия с гостями. Можно отметить ряд работ, посвященных существенным изменениям в социально-экономической жизни, в которых фигурируют маркеры новой экономики [1, 2].

Понятие «экономика впечатлений» — это концепт, впервые введенный Дж. Б. Пайном и Дж. Х. Гилмором [3]. Авторы определяют её, как новый этап социально-экономического развития постиндустриального общества, пришедшей на смену экономике товаров и услуг.

Взгляд на природу как на «склад сырья, орудий и материалов», понимание мира и общества как объектов эксплуатации, невозможны в XXI веке. Теперь актуальной, целесообразной и аксиологически оправданной становится концепция не сырьевой экономики, а «открытого предложения впечатлений», когда компания «целенаправленно использует услуги как сцену, а товары — как декорацию для того, чтобы увлечь клиента. Сырье равноценно, товары материальны, услуги нематериальны, а впечатления незабываемы» — подчеркивают идеологи данной теории [3]. Область применения концепции экономики впечатлений весьма обширна, но именно в индустрии гостеприимства заложены ресурсы для проявления всех её преимуществ.

Экономика впечатлений априори подразумевает нацеленность на создание у потребителя приятных воспоминаний об услуге или товаре. Важно отметить, что впечатления выступают не столько закономерным спутником предлагаемой услуги, но являются самостоятельным продуктом, предлагаемым клиентам. Впечатления также становятся неотъемлемым элементом менеджмента и маркетинга отеля, а также основой нового типа коммуникаций с клиентами. Не случайно, среди критериев успеха в гостиничном бизнесе сегодня на первый план выходит эмоциональная составляющая сервиса и то обстоятельство, насколько сотрудники готовы общаться с гостями. Это в полной мере согласуется с описанной выше концепцией, поскольку «впечатление передается с помощью незабываемых ощущений. Впечатления мимолетны, а ощущения навсегда остаются с человеком» [3]. Не секрет, что подобный эффект получаемый гостем в отеле, напрямую зависит от персонала, его квалификации, настроения, отношения

В этой связи особо актуальной представляется проблема формирования профессиональной этики гостеприимства у студентов соответ-

ствующих направлений подготовки в высшем учебном заведении. Причем сегодня принципиально важным становится культивирование особого подхода к этике гостиничного бизнеса.

Этика гостеприимства — узкая тема, рассматриваемая, как правило, в специальной профессиональной литературе и учебниках. В них делается акцент на правилах, установлениях и нормах профессиональной этики сотрудника сферы гостеприимства. Не редко постулируются узкопрофессиональные этические кодексы. В отличие от такого, условно назовем его, классического подхода, сегодня, формируются иные модели профессиональной этики [4, 5, 6]. Основная их идея заключается в том, что этика гостиничного бизнеса может быть выстроена не как нормативная этика, а как этика добродетели.

Этика добродетели базируется на том, что основой этического поведения является не строгое следование изложенным в теории принципам, а достижение и культивирование определенного состояния, когда действия и поступки становятся благими и для самого действующего (в нашем случае сотрудника сферы гостеприимства) и для всех окружающих.

Этика добродетели восходит в своем теоретическом осмыслении к трудам Аристотеля. Уже в античной редакции она противопоставляется нормативно-этическим концепциям. Так, Аристотель рассматривает добродетели как качества, которые позволяют человеку достичь блага, определяя счастливую, благую жизнь как деятельность души в соответствии с добродетелью: «...человеческое благо представляет собою деятельность души сообразно добродетели» [7, с. 64]. Причем, добродетельные качества приобретаются путем воспитания и обучения, требуют усилий, навыка. Аристотелевское понимание добродетели и благой жизни основывается на его концепции человека, согласно которой высшей формой жизни человека является разумная жизнь, а через благую деятельность человек достигает полной реализации своей природы. Добродетельный поступок сопровождается переживанием счастья, и, одновременно, он полезен для общества. Такой поступок есть результат правильного размышления, т. е. гармоничных отношений между различными частями души, «быть рассудительным, не будучи добродетельным, невозможно» [7, с. 188].

В развитии этической мысли XX прослеживается продолжение аристотелевской тра-

диции. Так, Макинтайр А. описывает любую деятельность как практику, в ходе которой реализуются некоторые блага, которые являются для этой деятельности внутренними благами, т. е. определяющими данную сферу и предъявляемые к описанию только через участие в этой практике. В противоположность внутренним благам внешние блага могут быть достигнуты альтернативным по отношению к практике способом. Особо подчеркивается, что практики не могут процветать в обществах, в которых не ценятся добродетели, хотя при этом могут процветать социальные институты, обслуживающие данную деятельность [5].

Этика добродетелей заменяет традиционный этический вопрос «Что я должен делать?» вопросом: «Каким я должен быть?», т. е. «Какими качествами (добродетелями) я должен обладать?». Таким образом, для успешного гостиничного бизнеса, необходимо определить тот перечень добродетелей, которыми должны обладать сотрудники сферы гостеприимства.

Среди безусловных и очевидных качеств сотрудника сферы гостиничного бизнеса — обладание добродетелью гостеприимства. Она подразумевает искусство радушного приема гостей, которая конкретизируется в определенных требованиях к внешнему виду отеля, интерьеру, окружению и т. п., а также выражается в неформальном, искреннем отношении к приезду гостя. Клиента принимают не только на основе экономического отношения (т. е. отношения выгоды), а уважают и ценят его как личность. Кроме того, требование гостеприимства распространяется на внутреннее состояние сотрудника гостиницы: гостеприимный сотрудник работает с легкостью и радостью, он открыт, искренен в эмоциях, заинтересован в создании комфортной атмосферы в отеле. Этому аспекту необходимо уделять особое внимание, имея в виду то обстоятельство, что работники, вступая в общение с людьми иных культур, представляют им свою культуру. Как отмечает Г. Ператонер, «для развития аутентичных гостеприимных действий требуется ... баланс между радушием и гостеприимством, правильная мера в различных действиях» [4, с.86]. Под влиянием общения с туристами как представителями других культур собственная идентичность принимающего сотрудника трансформируется, «расплывается», что может проявляться в изменении ролевых стереотипов, привычек потребления,

способах проведения досуга и т. д. [4, с.87]. Поэтому одной из постоянных забот работодателей в сфере гостиничного бизнеса являются действия, укрепляющие идентичность сотрудников, занятых в непосредственном общении с гостями. «Принимающие гостей сотрудники должны прояснить для себя, что типичный для отдыха способ жизни туристов связан с особенной ситуацией потребления, жажда развлечений со стороны отдыхающих и туристов представляет собой исключительную ситуацию, которую отдыхающий заработал своим трудом и определенным экономным образом жизни» [4, с. 87].

Таким образом, сотрудники должны быть нацелены на поддерживающее принятие ценностей людей, принадлежащих к другим культурам, но при сохранении собственной культурной идентичности. Это должно быть и задачей образовательного процесса при подготовке кадров сферы гостеприимства.

Основой для усиления социально-культурной идентичности сотрудников сферы гостеприимства могут стать следующие действия: сотрудники, занятые в приеме туристов, в свое отпускное время должны путешествовать сами и таким образом взаимодействовать с представителями других культур; сотрудники должны участвовать в событиях, усиливающих идентичность (праздники, концерты, местные туристические события, краеведческая деятельность и т. п.). Соответственно, при подготовке кадров, важной становится задача расширения культурных горизонтов личности, формирование компетенций, связанных с готовностью обслуживания потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов, способностью к диверсификации деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями. В рамках подготовки кадров по направлению «Гостиничное дело» эти задачи могут быть успешно решены в рамках дисциплин «Мировая культура и искусство», «Межкультурная коммуникация», «Этика деловых отношений», «Организация культурно-досуговой деятельности на предприятии гостеприимства», «Традиции и культура питания народов мира» и др.

Следует отметить, что профессиональная прикладная этика в сфере гостеприимства не является типичной этикой бизнеса. Этика добродетели гостеприимства охватывает не только людей, непосредственно или опосредованно

работающих в сфере гостиничного бизнеса, но также и местных жителей, которые на улицах городов, в кафе, музеях и т. п. сталкиваются с туристами, вступают во взаимодействие с ними, но не получают от этого никакого прямого дохода. Представляется, что этически до-

бродетельное отношение к окружающей среде, развитие добродетели гостеприимства у сотрудников гостиниц и местных жителей делает предприятия гостеприимства более конкурентоспособными и ведущими к устойчивому развитию и процветанию нашего региона.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Boswijk A., Thijssen T., Peelen E. *The Experience Economy. A new perspective.* Amsterdam, 2007. 234 p.
2. Prachalad C.K., Ramaswamy V. *The new frontier of experience innovation*//*Management Review.* 2003. №44 (4).
3. Pine J.B., Gilmore J.H. *The Experience Economy.* Boston: Harvard Business School Press, 1999. 312 p.
4. Perathoner Guido, *Ethische Tugenden im Gastgewerbe: heute noch gefragt?* // *Gastfreundschaft und Gastlichkeit im Tourismus/ Kundenzufriedenheit und — bildung mit Hospitality Management.* Harald Pechlaner, Frida Raich (Hrsg.) Erich Schmidt Verlag, Berlin, 2007, S. 79–92.
5. Макинтайр А. После добродетели: Исследования теории морали. // Пер. С англ. В.В. Целищева — М.: Академический Проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2000. — 384 с.
6. Куренной Виталий *Этика добродетели.* // *Философско-литературный журнал «Логос»,* 2008, № 1(64), с. 59–69.
7. Аристотель *Никомахова этика.* // Аристотель. *Собрание сочинений в 4 т. Том 4.* М.: Издательство «Мысль», 1983.



Андрей Валентинович НИКОЛАЕВ

к.и.н, преподаватель
Российский колледж традиционной культуры
Nikolaev_av.63@mail.ru

Andrey V. NIKOLAEV

PhD, Associate Professor
teacher of the Russian College of Traditional Culture
Nikolaev_av.63@mail.ru

ПРОБЛЕМЫ РОССИЙСКОГО СЕРВИСА В КОНТЕКСТЕ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ДЛЯ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Аннотация. В статье автор рассмотрел проблемы, которые необходимо иметь в виду при подготовке специалистов сферы сервиса. Автор стремился, используя сложившиеся представления о «сервисном обществе» и национальных моделях сферы услуг, соотнести с проблемами высшей школы, возникающими при подготовке профессиональных кадров различных отраслей сервиса.

Ключевые слова: Сервис, сервисное общество, рыночная экономика, профессиональные стандарты.

PROBLEMS OF RUSSIAN SERVICE IN THE CONTEXT OF TRAINING THE PERSONEL FOR THE HOSPITALITY INDUSTRY

Summary. In the article the author considered the problem that must be imputed in the preparation of the specialists in the sphere of service. The author sought, using the reviling ideas about the “service society” and national models of services, to correlate with the problems of highs education that arise in the training of professional personnel in various service industries.

Keywords: Service, service society, market economy, professional standards.

Обращаясь к вопросу востребованности выпускников на рынке труда, что является одним из главных показателей, определяющих рейтинг учебного заведения в условиях конкуренции, правильным будет определить ориентиры движения. Реализация инновационных подходов в сфере профессиональной подготовки кадров для сервиса невозможна без понимания основных направлений и закономерностей развития сервисной отрасли, с учетом реформационных процессов в обществе. Противоречивость системы российского образования, которая не соответствует требованию времени, стала рассматриваться в качестве своеобразной аксиомы. Разговоры о модернизации образования в основном сводятся к организационным моментам, сущность которых производить и воспроизводить образовательный процесс, адекватный поставленным целям и задачам. Применительно к об-

разовательной деятельности это означает, что можно преподавать и учиться двояким образом: либо, улавливая и создавая смыслы в окружающем социуме, либо учить и обучаться, поскольку за это платят и заплачено [5, с. 392].

В соответствии с обозначенной ситуацией, болезненно переживаемой интеллектуальной частью общества, большое внимание уделяется инновационным образовательным технологиям и интерактивным методам обучения, которые могли бы «подтянуть» образование до уровня необходимого потребителю. В большинстве случаев в научной литературе рассматриваются технологические или организационные вопросы повышения качества туристских, гостиничных и прочих сервисных услуг. Однако мало кто задается вопросом о том, что сервисизация содержит в себе не только позитивные перспективы, но и проблемы.

Исследование А.А. Федулина и В.Э. Багдасарян — одно из немногих, в котором авторы критически подошли к анализу проблем сервиса. Исследователи справедливо отмечают, что одной из наиболее популярных в рамках проекта глобализации мифологем является концепт «сервисного общества». На настоящее время данная идеологическая конструкция используется в одном ряду с понятиями «постиндустриальное общество», «информационного общества», «общества новых кочевников» и т. п. Государствам мировой периферии, к которым сегодня относится и Россия, навязывается стратегический ориентир сервисизации. Признак развитости государств Запады определяется переориентацией структуры производства от индустриального сектора к сервисному. Возникает иллюзия о возможности построения национальной экономики с опорой исключительно на сервисную парадигму развития. Индустрия и сельское хозяйство определяются в этой модели как архаические структуры. Их предполагается заменить новыми сервисными отраслями [6]. Следуя обозначенной выше логике, рассматривается и своеобразный «тур-бум», при том, что «подавляющее большинство населения оказывается выведено за черту потенциальных потребителей услуг» [6, с. 53–54].

В статье И.Л. Каверзина обращается внимание на мифотворчество, которое рассматривается в качестве средства, технологии корректировки и создания реальности. «Мифотворчество — процесс корректировки реальности в условиях информационного общества, создание такой «картины мира», которая далеко не всегда совпадает с материальной действительностью» [2; с. 18].

Е.И. Корнеева и В.В. Алексеев предприняли интересную попытку осмыслить развитие гостиничной отрасли и сервиса вообще в историческом аспекте [1;2]. Распад СССР и переход к «рыночной экономике» с одновременной либерализацией идеологической сферы и общественной жизни не привели к ускоренному развитию сферы услуг, как полагали инициаторы реформ.

Экономическая модель 1990-х гг. не способствовала росту сферы быта и услуг, как это происходило в начале XX века. Объяснить возникшее положение можно следующими причинами: во-первых, для организации собственного дела в начале XX века не требовалось знания технологически сложного оборудова-

ния, которое практически не использовалось в стране; во-вторых, для работы в сфере услуг не требовалось значительных капиталовложений; в-третьих, востребованность услуг на рынке. С середины 1992 г. началась массовая приватизация предприятий бытового обслуживания. Вместо предполагаемого эффекта, связанного с освобождением от административного диктата и либерализацией цен, произошло сокращение объемов производства, предприятия разорялись, традиционные хозяйственные связи оказались разрушены. Каждые семь из десяти предприятий сократили объемы производства на 15–20%, и почти все перестали вкладывать инвестиции в долговременные программы. В результате к 1998 г. объем бытовых услуг не превышал 24% от уровня 1990 г. (в т.ч. прачечных — 8%, парикмахерских — 11%, химчистки и крашения — 5%, бань и душевых — 10%). К началу 1997 г. в России насчитывалось 57 тыс. мастерских и ателье, что в 2,2 раза меньше их числа на 1991 г., а в сельской местности, соответственно, в 3 раза. Первоначально предполагалось, что именно в сфере бытового обслуживания вследствие перераспределения из ВПК будут создаваться дополнительные рабочие места [1].

Рыночный спрос на кадры по соответствующим специальностям удовлетворялся лишь на 35–40%. Одновременно с этим именно в сфере сервиса наблюдается массовое заимствование западных форм и приёмов его организации. Особенно этот процесс заметен в области рекламы. Однако на практике часто происходила не более, чем имитация западных форм сервиса, реальный уровень услуг оставался низким, иногда ниже, чем в Советском Союзе. Этому способствовала отмена государственного контроля, отсутствие стандартов и погоня за сиюминутной прибылью. Мошенничество достигло невиданных масштабов, когда обманутыми оказывались десятки тысяч людей, что не способствовало укреплению репутации сервисной отрасли. Недоброкачественный сервис и сегодня является неотъемлемой частью российской повседневности [1].

Следует заметить, что в начале XXI века наметилось формирование общества глобального сервиса, связываемого с виртуальной реальностью и сетью Интернет. Как справедливо заметили А.А. Федулин и В.Э. Багдасарян: «Одной из наиболее раскручиваемых в рамках

проекта глобализации мифологем является концепт «сервисного общества». В России не принято говорить о приоритете сервиса, хотя именно сервис сегодня является «национально ориентированным феноменом». «Национальная кухня, традиции национального гостеприимства, национальные ритуалы — все это аккумулируется в рамках сервисной системы страны» [6; с.43]. В подобных условиях приоритетное положение занимает социально-культурный сервис, под которым понимают систему создания, предоставления и потребления социокультурных услуг (услуги культуры, образования, здравоохранения, физкультуры и спорта, туризма).

Особенностями социально-культурного сервиса в России является зрелищность и массовость. В Древней Руси из обрядов и ритуалов предков-славян вырастают игрища, мистерии, ритуальные праздники, соборы. Так известный отечественный историк Б. А. Рыбаков обращал внимание, что многолюдные общеплеменные «сборища», связанные с оправлением языческого ритуала, должны были выдвинуть из состава племенной знати людей, разрабатывавших и совершенствовавших систему обрядов, знавших тексты молитв и песнопений, мелодии напевов, формулы обращения к богам [4; с.295].

В XI веке скоморохи, став профессионалами-потешниками, объединяются в странствующие ватаги, «гурта», хотя остаются и оседлые скоморохи: крестьяне, ремесленники. Бродячие скоморохи создали такие мобильные формы зрелищ как кукольный театр Петрушки, медвежья потеха, а оседлые скоморохи породили народный театр живого актера. Во второй половине XVII века организация зрелищ в России начинает опираться на традиции западного театра, становится частью царской придворной культуры. Первый придворный театр под руководством Иоганна Грегори в Москве дает свои представления с 1672 по 1676 гг. В XVIII веке Петр I осуществил реформу в сфере зрелищ, утвердил традицию театрализации быта: личные маскарады, торжественные шествия, иллюминации, фейерверки, пародийные обряды, светские ассамблеи. Из Европы прибывает множество бродячих актеров, русские люди знакомятся с европейским ярмарочным искусством.

Таким образом, с XVII века наблюдается дифференциация в организации и предоставлении услуг для «государева двора» и для на-

рода, сохраняющаяся, с некоторыми изменениями, до настоящего времени. Кроме того, массовость и зрелищность являются необходимым условием развития современных информационных технологий, поэтому любые масс-медийные новинки находят применение в социокультурном сервисе. Другая особенность российского социально-культурного сервиса — следование западноевропейской моде.

Тем не менее, становление социально-культурного сервиса в современной России (начала XXI века) сопряжено со значительными трудностями. Как показывает исторический опыт: «потеха» и досуг всегда соотносились с понятием праздность; за подобную деятельность можно было получить вознаграждение или подавание, но не заработок. При переходе к рынку понимание социокультурного сервиса изменилось в связи с деидеологизацией практики, расширением сферы частных услуг и развитием средств массовой коммуникации. Однако, создание региональных природных парков, научно-исследовательских и культурных центров, центров здоровья, расширение сферы услуг в образовании — ведет к усложнению структуры и повышению инновационной составляющей сервиса. Наблюдается интеграция различных учреждений социокультурного сервиса и предприятий, которые изначально не имели отношения к сфере культуры, как следствие — возникновение новых форм и направлений обслуживания.

Так, например, функции общественного питания уже не ограничиваются только созданием условий для питания и отдыха, а распространяются на многие сферы человеческой повседневности: на сферу здравоохранения (лечебное питание, фитонапитки), кулинарное искусство в культуре и сфере досуга (культурно-развлекательные программы с участием поваров, барменов). Тем самым, общественное питание все больше выступает механизмом социализации индивидуума. При этом общественное питание выполняет функции социализации не только изолированно, но и в рамках других отраслевых комплексов, в частности, в составе предприятий сферы гостеприимства, которую невозможно представить без организованной системы питания туристов [1].

Аналогичная ситуация сложилась в гостиничном сервисе. Гостиничное предприятие часто выступает не только в качестве средства размещения, но значительную прибыль

получает и от предоставления дополнительных услуг. Здесь и организация спа-салонов, и предоставление услуг по организации конференций и многое другое. Вместе с тем, практически нет исследований, дающих ответ насколько подобная практика перспективна в масштабах страны, и как долго подобная тенденция будет сохраняться.

В середине 1990-х группа В.Г. Комара совместно с Южно-Корейским институтом науки и технологии разработала новую экспериментальную систему трехмерного телевидения с голографическим экраном. Эта разработка открыла замечательные горизонты не только для телевидения, но и для новых способов моделирования компьютерной виртуальной реальности. К концу столетия окончательно сформировалась группа новейших технологий телекоммуникации: кабельное вещание, непосредственное спутниковое телевидение, телерадиовещание в компьютерной сети Интернет. На смену традиционной модели обмена информацией «клиент — сервер» приходит иная концепция взаимоотношений в сети, которая позволяет отдельным компьютерам работать друг с другом, минуя «головной» сервер [1].

Виртуализация культурного пространства создает новые условия для формирования потребительских ориентиров общества. Включаясь в систему социально-культурного сервиса человек свободно, на основе интереса, выбирает интересующий его культурный объект. Практически уничтожаются барьеры, которые препятствовали желанию «обладать» данным объектом. С другой стороны, происходит подмена познания культурного достояния и социально-значимого опыта их «присвоением». В процесс социально-культурного сервиса, основанного на «духовном присвоении», часто вносятся образцы, отобранные и признанные обществом по рыночным категориям спроса и предложения.

Социально-культурный сервис выступает в современных условиях как фактор гуманизации общественных и, в частности, культурных отношений, как выражение права самодостойной личности на выбор достойных условий социального существования и свободного культурного развития. Говоря о ценностях современного российского общества, исследователи отмечают в качестве важнейших — информацию и знания. Эти же понятия признаются важнейшими производственными ресурсами постиндустриальной экономики.

Информация и знания, особенно в практической своей форме, как умения, являются в свою очередь основой для инноваций — главной формы развития производственной и социальной деятельности в постиндустриальном обществе [3].

В стране сложилась система подготовки кадров, занятых в сфере организации социально-культурного сервиса. Специалисты, осуществляющие регулирование культурных процессов, взаимодействуют с людьми, которые являются главными участниками социокультурного процесса и потребителями специфического сервисного продукта. Для организатора социально-культурного сервиса существенны не только сбыт социокультурных услуг, окупаемость, прибыль, информация об уровне привлекательности услуг или осведомленности о них различных групп населения, но ценностные ориентиры, от которых зависит дальнейшее развитие общества. Усовершенствование разнообразных машин и приборов, насыщение ими всех сторон жизнедеятельности человека открывают новые перспективы перед сервисом; но здесь возникает вопрос — в какой мере технологии способствуют развитию самого человека.

Перед учебным заведением, занимающимся подготовкой специалистов для сферы гостиничной индустрии, возникает необходимость в решении следующих основных задач. Во-первых, подготовка специалистов-исследователей, которые, например, в сфере гостеприимства должны заниматься обнаружением и изучением новых туристских дестинаций, среди которых, как нам кажется, могут быть и средства размещения. Во-вторых, подготовка специалистов-прикладников, способных решать вопросы, связанные с разработкой и продвижением национальных и региональных туристских и гостиничных услуг. Теоретически, в этом и заключается деление на бакалавров и магистров, но на практике этого не происходит. Очевиден разрыв между учебными программами по подготовке кадров и программами подготовки исследователей. Ситуация осложняется отсутствием перспектив для реализации исследовательских программ. Существует угроза «скатывания» от высшего образования к «средне-ремесленному».

С учетом проблем в развитии сервиса, о которых шла речь выше, в системе высшего образования предполагается ориентироваться на профессиональные стандарты, регламентирую-

щие набор необходимых знаний, умений, навыков и трудовых функций специалистов. В нормативных актах профессиональные стандарты определяются как минимально необходимые требования к профессиональному уровню работников с учетом обеспечения производительности и качества выполняемых работ.

Таким образом, появляется возможность установить взаимосвязь между высшим учебным заведением и работодателями, которая является, необходимым условием эффективной деятельности учебного заведения.

Стратегически переход к профессиональным стандартам понятен — интеграция региональных рынков в систему единого мирового рынка. Поэтому компетентность специалиста, которая определена стандартами — это условие его конкурентоспособности, показатель его высокой квалификации. Единственное, что не учитывает предлагаемая система — подготовку исследователей, производство научных знаний или создание творческих проектов, которые трудно соотносить с компетенциями установленными стандартами.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Алексеев, В.В. История сервиса [Электронный ресурс]// <http://servicology.ru> (дата обращения 29.06.2018); Коренева, Е.И. Советское гостиничное хозяйство 1920–1930-е гг.: автореферат дис. ...к.и.н. — М.: Российский государственный университет туризма и сервиса, 2010. — 24 с.

2. Каверзин, И.Л. Кризис глобального мифотворчества: от биржи до войны и обратно [Текст]/ Миф и мифотворчество в междисциплинарной научной парадигме: Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. 5 марта 1012 г. — СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2012. — 110 с.

3. Осокина, И.В. Аксиология сервиса (ценност-

ный компонент) [Электронный ресурс]// <http://servicology.ru> (дата обращения 28.05.2018)

4. Рыбаков, Б.А. Язычество древней Руси [Текст]/ Б.А. Рыбаков. — М.: Наука, 1987. — 782с.

5. Смагин, С.Л. Высшее профессиональное образование и динамизация социокультурных факторов развития России // Россия XXI века: пути и перспективы развития: Сборник тезисов Всероссийской научно-практической конференции [Текст]/ Под общей редакцией В.Ф. Дубяги. — М.: Фонд «Общество», 2007. — с. 392–394.

6. Федулин, А.А., Багдасарян, В.Э. Сервис в историческом и философском осмыслении [Текст]/ А.А. Федулин, В.Э. Багдасарян. — М.: Собрание, 2010. — 240 с.



Людмила Ивановна КОВАЛЕВА

к.х.н., доцент
кафедра гостиничного и ресторанного бизнеса
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
kovaleva.56@mail.ru

Lyudmila I. KOVALEVA

PhD, Associate Professor
Department of Hotel and Restaurant Business
Saint-Petersburg State University of Economics
kovaleva.56@mail.ru

Наталья Алексеевна КОВАЛЕВА

Северо-Западный банк ПАО Сбербанк, менеджер
onatakova@gmail.com

Natalia A. KOVALEVA

North-West Bank of Sberbank, manager
Saint-Petersburg State University of Economics
onatakova@gmail.com

КОМПЕТЕНТНОСТНЫЙ ПОДХОД В ПРОЦЕССЕ ПОДГОТОВКИ БАКАЛАВРОВ ПО НАПРАВЛЕНИЮ «ТЕХНОЛОГИЯ ПРОДУКЦИИ И ОРГАНИЗАЦИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ» НАПРАВЛЕННОСТИ «ТЕХНОЛОГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ РЕСТОРАННОГО ДЕЛА»

Аннотация. В статье рассмотрены вопросы применения компетентностного подхода к процессу образования в рамках направления «Технология продукции и организация общественного питания» направленности «Технология организации ресторанного дела» в изменяющихся современных условиях развития образования, экономики и общества.

Ключевые слова: компетентностный подход, процесс образования, компетенции, бакалавры, практика производства, банковский продукт.

COMPETENCE-BASED APPROACH IN THE PROCESS OF TRAINING BACHELORS IN THE DIRECTION OF «TECHNOLOGY PRODUCTS AND ORGANIZATION OF PUBLIC CATERING » FOCUS «TECHNOLOGY OF ORGANIZATION OF RESTAURANT BUSINESS»

Summary. In the article the questions of application of the competence approach to the process of education in the field of «Technology products and organization of public catering» direction» Technology of organization on restaurant business» in a changing modern conditions of development of education, economy, society.

Keywords: competence approach, education process, competences, banking product, changes.

Подготовка бакалавров по направлению 19.03.04 «Технология продукции и организация общественного питания» направленности «Технология организации ресторанного дела» завершается написанием и защитой выпускной квалификационной работы. В статье «Использование современных педагогических методов, направленных на повышение эффективности, деятельности кадров в сфере общественного питания [5] подробно были

описаны педагогические методы, применяемые на кафедре гостиничного и ресторанного бизнеса по подготовке квалифицированных бакалавров. Производственная и преддипломная практики по учебному плану в соответствии с Федеральным Государственным Образовательным Стандартом логично подводит студента к написанию выпускной квалификационной работы [1]. Все студенты выше названного направления вышли на защиту

ВКР в срок. При выполнении ВКР были соблюдены План-график подготовки и проведения итоговой государственной аттестации по направлению подготовки 19.03.04 «Технология продукции и организация общественного питания» (бакалавр), осуществлен контроль за написанием итоговой работы. Процесс контроля выполнения работ был гласным, результаты отображались на информационном стенде кафедры и в интернете. Каждый студент находился в поле зрения. Такое общественное взаимодействие поддерживает уже сложившуюся команду и, соответственно, дает определенный результат, а результат составляет 4,75 балла по итогам защиты ВКР по направлению «Технология продукции и организация общественного питания» направленности «Технология организации ресторанного дела» в 2017/2018 учебном году. Все выпускники группы ТПЗГ-13.01 работают по выбранной специальности. 40% выпускников группы являются собственниками предприятия питания или доли в бизнесе. Часть предприятий питания функционирует в гостинично-ресторанном бизнесе. Столь высокий процент участия студентов в бизнесе можно объяснить серьезной подготовкой в ВУЗе по выбранной специальности и стабилизирующейся экономикой в стране, нахождением в правовом поле Российской Федерации, смягчением результатов санкций в результате разработанных и внедренных антисанкционных мер по импортозамещению продуктов и вступившей в действие Национальной банковской платежной системы «Мир». В написанных выпускных квалификационных работах были представлены

конкретные мероприятия по повышению эффективности работы существующих предприятий или представлены новые проекты по улучшению социальной среды, направленной на обеспечение граждан России разнообразными диетическими и национальными блюдами из кухонь народов мира, приготовленных на предприятиях питания. В процессе обучения по выбранной специальности в рамках студенческого научного общества действовал кружок «Кулинарный рецепт» по сбору национальных блюд. А во время производственной и преддипломной практики была проведена исследовательская работа по сбору редких старинных рецептов кулинарных блюд старорусской кухни из библиотек, архивных документов монастырей и из личных бесед жителей Вологодской области. На рисунке 1 представлен спектр новых разработанных рецептов кулинарных блюд или восстановленных по старым рецептам с учетом местного экологически чистого пищевого сырья [4].

Компетентностный подход в процессе образования получил свое развитие относительно недавно и закреплен в ФГОС [8]. В настоящее время, в век научно-технической информации и цифровой экономики происходят значительные изменения в обществе, и эти достижения науки и изменения заставляют проводить модернизацию образования, учитывать, что вчерашние внедрения цифровой экономики и инновации сегодня становятся привычными и естественными.

Компетентностный подход — прежде всего качественная ступень в образовании, основанная на определенных принципах: научности,

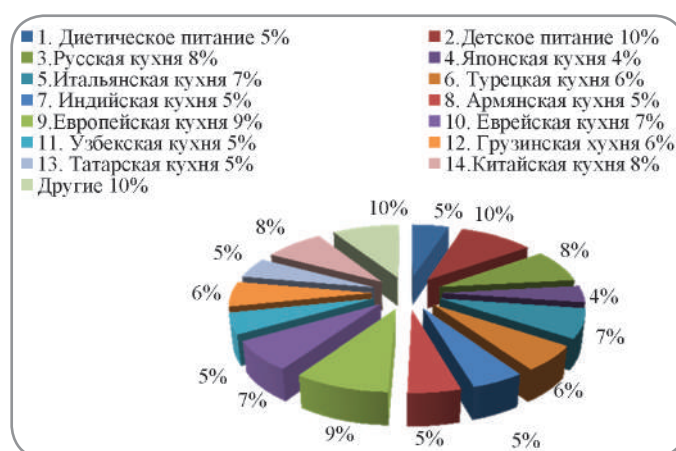


Рис. 1. Спектр новых разработанных рецептов кулинарных блюд и восстановленных по старинным рецептам студентами группы ТПЗГ-1301

государственности, непрерывности, развития, взаимодополняемости и других. Применяя компетентностный подход в процессе образования, коллектив кафедры использует педагогические технологии. Педагогические технологии содержат: деловые игры, открытые лекции, круглые столы, семинары, проекты, гранты, конкурсы, например, международный научно-исследовательский проект студентов «Гостиница XXI века», работу в студенческом научном обществе, в том числе участие в кружке «Кулинарный рецепт» [7]. Используя современное оборудование, системы связи научно-педагогический коллектив кафедры проводят обучение по очной, очно-заочной, заочной и дистанционной формам обучения. Дистанционное обучение в процессе подготовки бакалавров в настоящее время приобретает быстрое развитие с помощью информационных технологий.

Целью любой формы обучения является подготовка сегодняшнего студента, будущего выпускника к решению вопросов в системе с многочисленными неизвестными в короткие конкретные сроки времени. Овладение общекультурными, общепрофессиональными, профессиональными компетенциями позволяет выпускникам применять свои знания на практике и выполнять поставленные задачи [9. — с. 98—101]. Например, знания по химии, химии пищи позволяют составлять меню для детей (включая грудничков) через питание кормящих мам. Правильное питание — залог хорошего самочувствия, физической активности и долголетия. Проектируя или расширяя предприятие общественного питания, студенты просто обязаны ориентироваться в правовом поле РФ. Чтобы эффективно использовать время и не ис-

кушать партнеров по бизнесу, необходимо использовать проверенные банковские продукты, например, залоговый счет [2]. Залоговый счет является подтверждением честных намерений. А когда уверен в партнерах, то и издержек производства меньше. Люди, как человеческий капитал, со своими моральными, психофизическими характеристиками и профессиональными знаниями являются основной частью экономики, и способствуют улучшению качества жизни россиян. На рисунке 2 представлена выпускница группы ТПЗГ-1301, бакалавр Скроб Алена, совершенствующая свое производство.

Ассортимент выпускаемой продукции пользуется спросом и у детской аудитории. Выпускники в своих дипломных работах привели многочисленные рецепты пирожных и тортов с сбалансированным содержанием белков, жиров, углеводов, в том числе, и с пониженным содержанием углеводов и жиров. Уделили внимание дизайну продукции, взяли за основу цветочную и сказочную темы. Исходным сырьем для приготовления сладкой продукции служит экологически чистое сырье. Родители с удовольствием покупают диетические десерты на дни рождения своим детям и семейные праздники. Совместно красиво отмечать знаменательные даты способствует воспитанию детей и развитию чувства меры и коммуникабельности. С уверенностью можно сказать, что внешний вид продукции и его качество, то есть потребительские свойства, является в определенной мере отображением мастерства производителей, с одной стороны и вкуса и уровня жизни граждан с другой.

На рисунке 4 представлены новые виды блюд армянской кухни, разработанные в ходе



Рис. 2. Выпускница группы ТПЗГ-1301, бакалавр Скроб Алена демонстрирует свою продукцию



Рис. 3. Торт на день рождения, приготовленный выпускниками ТПЗГ-1301



Рис. 4. Разнообразная продукция специализированного предприятия питания «Лавашная»

выполнения выпускной квалификационной работы «Проект и организация работы специализированного предприятия питания «Лавашная» на 40 мест в г. Санкт-Петербурге.

С 2019 года входит в план работы кафедры гостиничного и ресторанного бизнеса открытие в рамках направления 38.03.02 «Менеджмент» профиля «Управление предприятиями пищевой промышленности и общественного питания» с обязательным изучением дисциплин гуманитарного, социального, экономического, математического, естественнонаучного и профессионального циклов[3]. В том числе,

с обязательным изучением дисциплин: современные системы и концепции питания, проектирование пищевых производств и комплексов, Start-up предприятий общественного питания и других[6].

Таким образом, осуществляя компетентностный подход при подготовке специалистов для общественного питания, педагогический коллектив кафедры гостиничного и ресторанного бизнеса участвует в модернизации процесса образования, готовит высококвалифицированных профессионалов в индустрии общественного питания и управления бизнесом.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Государственная программа Российской Федерации «Развитие образования на 2013–2020 годы». Постановление Правительства Российской Федерации №295 от 15 апреля 2014 года.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации ч.1 статья 358.10–358.14 от 30.11.1994 №51-ФЗ (ред. от 23.05.2018 с изм. и доп., вступ. с 3.06.2018) // Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>. (Дата обращения 01.06.2018.).
3. Клейн Е.Д., Селезнева М.В. Анализ направлений развития гостиничных предприятий Российской Федерации в современных условиях // Вестник индустрии гостеприимства: Международный научный сборник. Выпуск 1(3). — Спб.: Изд-во СПбГЭУ, 2018. — С. 25–28.
4. Ковалева Н.А., Ковалева Л.И. Влияние финансово-экономических факторов на денежные потоки предприятия гостинично-ресторанного бизнеса // Журнал правовых и экономических исследований. — 2016. — Вып.4. — С.154–160.
5. Ковалева Н.А., Ковалева Л.И. Использование современных педагогических методов, направленных на повышение эффективности деятельности кадров в сфере общественного питания // Вестник индустрии гостеприимства: Международный научный сборник. Выпуск 1(3). — Спб.: Изд-во СПбГЭУ, 2018. — С.19–24.
6. Кострюкова О.Н., Кушева Н.Б. Вызовы индустрии гостеприимства для персонально-ориентированных программ подготовки кадров // Вестник индустрии гостеприимства: Международный научный сборник. Выпуск 1. — Спб.: Изд-во СПбГЭУ, 2016. — С. 7–12.
7. Матольгина Н.В., Руглова Л.В. Проблемы профессионального становления студентов и пути их решения на современном этапе модернизации высшего образования в России // Эффективное управление в гостиничном и ресторанном бизнесе: теория, практика, подготовка кадров: коллективная монография / под ред. д-ра экон. наук, проф. С.А. Степановой. — Спб.: Изд-во СПбГЭУ, 2017. — С. 143–161.
8. Степанова С.А. Перспективы внедрения в ФГОС ВО для подготовки бакалавров по направлению «Гостиничное дело»: изменения и особенности // Вестник индустрии гостеприимства: Международный научный сборник. Выпуск 1. — Спб.: Изд-во СПбГЭУ, 2016. — С. 13–17.
9. Щеголькова О.О., Щегольков Д.А. Педагогические технологии профессионального образования: компетентностный подход. // IV Лужские научные чтения. Современное научное знание: теория и практика. Материалы междунар. науч.-практ. конф. 22 мая 2016г./отв. ред. Т. В. Седлецкая. — Спб.: ЛГУ им. А. С. Пушкина, 2016. — 1 с. 340.



Ирина Олеговна АСТАХОВА

старший преподаватель
факультет иностранных языков
Санкт-Петербургский государственный университет
irina_astakhova@yahoo.com

Irina O. ASTAKHOVA

Assistant Docent
Department of foreign languages
Saint-Petersburg State University
irina_astakhova@yahoo.com

МЕТОД CASE-STUDY КАК ЭФФЕКТИВНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННОГО ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ

Аннотация. В статье рассмотрены вопросы применения кейс-метода в процессе подготовки студентов в современных условиях развития образования. Основная цель данной статьи заключается том, чтобы показать значение кейс-метода в профессионально-ориентированном обучении студентов.

Ключевые слова: кейс-метод, образование, компетенции, бакалавры.

CASE-STUDY AS EFFECTIVE TECHNOLOGY OF PROFESSIONALLY-ORIENTED STUDENTS TRAINING FOR FOREIGN LANGUAGES

Summary. The article deals with the application of the case-study in the process of preparing students in the current conditions of the development of education. The main purpose of this article is to show the importance of the case method in the professionally-oriented teaching of students.

Keywords: case-study, case method, education, competences, bachelors.

В современных социально-экономических условиях возрастает потребность в высокопрофессиональных специалистах, способных хорошо ориентироваться в огромном потоке информации, умеющих анализировать информацию, выявлять ключевые моменты, предлагать пути решения, формировать программы действий, в том числе, на иностранном языке.

Следует отметить, что вопрос о повышении эффективности обучения, интенсификации образовательного процесса, профессионально-ориентированного обучения студентов всегда был актуален в высшей школе. Были выдвинуты следующие принципы, отражающие особенности обучения устной иноязычной профессиональной речи в условиях неязыкового вуза, которые сохраняют свою актуальность и сегодня, а именно: принцип использования иностранного языка в качестве

средства общей подготовки специалиста; принцип единства общей и речевой деятельности; принцип моделирования; принцип проблемного обучения или стимулирования познавательной деятельности обучающихся.

В качестве средства профессионально направленного обучения иностранному языку были предложены проблемные ситуации профессионального общения [1]. Одной из наиболее эффективных технологий, проводимых с целью приобретения студентами практических навыков общения на иностранном языке в профессиональном формате, по нашему мнению, является кейс-технология. Ее функциональные возможности достаточно обширны. В первую очередь кейс-технология способствует эффективному формированию широкого информационного поля в формате определенной профессиональной деятельности, а также

активизирует развитие профессиональных, аналитических и коммуникационных навыков будущего специалиста.

Немаловажным считается и тот факт, что кейс-технология служит благодатной средой не только профессионально-ориентированного образования, но и воспитания целостной личности. Ведь погружение в профессиональное информационное поле и нахождение в нем от истоков до момента разрешения проблемы, активное применение методов и приемов мыслительной деятельности способствуют развитию тех личностных качеств, которые являются важными качествами любого специалиста.

Социально-психологическую основу педагогической организации кейс-метода составляют пять базовых принципов:

- принцип позитивной взаимосвязи;
- принцип индивидуально-групповой ответственности;
- принцип поддерживающего учебного взаимодействия;
- принцип развития у студентов социальных умений и навыков;
- принцип рефлексивного группового процесса.

Таким образом, кейс-технология представляется эффективной и для формирования таких ключевых профессиональных компетенций студентов в процессе обучения, как коммуникабельность, лидерство, умение анализировать в короткие сроки большой объем неупорядоченной информации, принятие решений в условиях стресса и недостаточной информации. В этом своем качестве он выступает как принципиально необходимое дополнение к лекционной методике проведения занятий, которая является «каркасом» обучения в классической, университетской системе образования.

Акцентирование внимания на активном участии студентов в изучении и обсуждении конкретных ситуаций становится отличительной особенностью именно западного стиля обучения. Оно, как известно, воплощается не только в рассматриваемой здесь технологии. В целом бизнес-образование на западе в основу образовательного процесса кладет самостоятельную работу студентов, их инициативность.

Кейс представляет собой краткое описание существующей ситуации или серии событий, имевших место в организации. События, либо из реальной жизни, либо выдуманные, вместе с диаграммами и таблицами составляют сце-

нарии, которые необходимо проанализировать и прокомментировать, а также определить проблемы и выработать решения. При этом подразумевается также, что студент использует основные идеи или концепции курса, связанные с кейсом. Эти идеи образуют некоторую базу для анализа ситуации. Обычно кейсы имеют междисциплинарный характер.

Вместе с тем следует отметить, что кейс-технологии свойственны и некоторые методические недостатки. Так, кейс требует предварительной подготовленности студентов, наличия у них определенных устойчивых навыков самостоятельной работы. Незрелость мотивации студентов может привести к поверхностному обсуждению ситуации. К недостаткам можно также отнести тот факт, что чаще всего используются западные «кейсы», поскольку банка российских ситуаций на данный момент мало и они, как правило, служат «интерпретацией» западных. Обучающимся, как правило, предлагается теория, призванная интерпретировать неизвестный ему мир, и украшенная примерами, перегруженными социокультурными несоответствиями.

Всё это объясняет возникающие трудности и с созданием «кейсов» на материале отечественных предприятий, если только не подходить к этому «механически». Из этого следует вывод, что для извлечения максимальной пользы от применения этой технологии педагогического взаимодействия необходимо подбирать материал, способный вызвать наибольший интерес у студентов, и организовывать работу над ним так, чтобы обеспечить их активное позитивное участие.

Необходимость внедрения кейс-метода как перспективной технологии педагогического взаимодействия в практику обучения является очень востребованной. Это обусловлено двумя тенденциями.

Первая вытекает из общей направленности развития образования, его ориентации не столько на получение конкретных знаний, сколько на формирование умений и навыков мыслительной деятельности, развития способностей, среди которых особое внимание уделяется способности к обучению, смене парадигмы мышления, умению перерабатывать огромные массивы информации.

Вторая тенденция обусловлена развитием требований к качествам личности специалиста, который, помимо удовлетворения требованиям первой тенденции, должен обладать

также способностью оптимального поведения в различных ситуациях, отличаться системностью и эффективностью действий в условиях кризиса.

Пересечение и взаимодействие этих тенденций неизбежно повысит роль кейс-метода в профессионально-ориентированном обра-

зовании специалистов, которые сначала будут осваивать зону образования взрослых, различные системы переквалификации и повышения квалификации специалистов, особенно в сфере управления, широкий спектр «рыночных» специальностей, а затем охватывать и другие участки системы образования и воспитания.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Бернштейн В.Л. Стратегии и тактики иноязычного общения как составляющие образовательной цели обучения в вузах неязыковых специальностей / В.Л. Бернштейн, Е.Н. Новикова // Педагогический опыт: теория, методика, практика : материалы V Междунар. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 25 дек. 2015 г.) / редкол.: О.Н. Широков

[и др.] — Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2015. — № 4 (5). — С. 147–152. — ISSN 2412–0529.

2. Программно-методическое обеспечение разноуровневой подготовки по иностранным языкам в вузах неязыковых специальностей // Вестник Московского государственного лингвистического университета. — М.: МГЛУ, 2006. — С. 10–16.

РАЗДЕЛ II

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЙ В СФЕРЕ СЕРВИСА, ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА



Денис Анатольевич ИВАНОВ

к.т.н., доцент
кафедра гостиничного и ресторанного бизнеса
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
ivanov.denis.71@mail.ru

Denis A. IVANOV

PhD, Associate Prof.
Department of Hotel and Restaurant Business
Saint-Petersburg State University of Economics
ivanov.denis.71@mail.ru

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННЫХ КОМПЛЕКСОВ ПУТЁМ ВНЕДРЕНИЯ ПРИНЦИПОВ «ЭКСПЛУАТАЦИИ ПО СОСТОЯНИЮ»

Аннотация. Дальнейшее повышение эффективности функционирования гостинично-ресторанных комплексов затруднительно без перехода от планово-предупредительной системы технического обслуживания к более прогрессивным системам, таким, как эксплуатация по фактическому техническому состоянию.

Ключевые слова: эксплуатация, гостинично-ресторанный комплекс, эффективность.

INCREASE IN THE EFFECTIVENESS OF THE FUNCTIONING OF HOTEL-RESTAURANT COMPLEXES BY THE WAY OF INTRODUCING THE PRINCIPLES OF OPERATION DUE TO THE STATE

Summary. Further increase in the effectiveness of the functioning of hotel-restaurant complexes is difficult without the passage from the routine system of maintenance to the more progressive systems, such, as operation due to the actual technical state.

Keywords: operation, hotel-restaurant complex, effectiveness.

Техническое обслуживание гостинично-ресторанных комплексов может быть реализовано, основываясь на одном из нижеприведённых способов:

1. «Эксплуатация по ресурсу», иначе называемая планово-предупредительной системой технического обслуживания — доминирующий на сегодняшний день способ обслуживания, применяющийся при эксплуатации гостинично-ресторанных комплексов и оборудования.

2. «Эксплуатация по уровню надежности механизмов, узлов и систем», осуществляющая-

ся на основе изменения параметра потока отказов. Представляет собой способ эксплуатации, в соответствии с которым элементы конструкции, механизмы и приборы эксплуатируют до отказа без осуществления дополнительных работ. Управление техническим состоянием реализуется путём изменения параметров потока отказов, позволяющих разработать мероприятия по ремонту или замене элементов конструкции и устройств.

3. «Эксплуатация по состоянию», с контролем параметров, которая и является наиболее оптимальной с технической и эконо-

мической точек зрения. При реализации данного способа технического обслуживания после выработки гарантированного ресурса или окончания срока гарантии осуществляется перманентный или дискретный контроль параметров, которые характеризуют техническое состояние конструкций, механизмов и приборов.

Данный способ позволяет повысить эффективность эксплуатации гостинично-ресторанных комплексов и оборудования, уменьшив эксплуатационные расходы путем назначения необходимых профилактических работ в зависимости от фактического состояния конкретного узла или агрегата. Внедрение этого метода в практику эксплуатации гостинично-ресторанных комплексов зависит от совершенства методов и средств технической диагностики, где ведущей тенденцией является интеллектуализация. Датчики технического состояния приборов и значительной номенклатуры механизмов уже сегодня являются обыденностью, как и датчики безопасности, пожарные датчики, датчики обнаружения протечек трубопроводов, что устраняет объективные препятствия на пути перехода эксплуатации гостинично-ресторанных комплексов от планово-предупредительной системы к эксплуатации по состоянию.

На рисунке представлен вариант совмещения планово-предупредительного ремонта (ППР) с ремонтом по техническому состоянию.

Также повышению эффективности эксплуатации гостинично-ресторанных комплексов способствуют мероприятия, направленные на оптимизацию сроков профилактических проверок и ремонтов с учётом фактора влияния эксплуатационных факторов и других внешних воздействий на элементы конструкции и оборудования при прогнозировании технического состояния [1–5].

Разработка мероприятий, направленных на сокращение времени подготовки к обслуживанию за счёт учёта влияния эксплуатационных факторов и других внешних воздействий на работоспособность оборудования гостинично-ресторанных комплексов.

Разработка мероприятий, направленных на повышение безопасности эксплуатации гостинично-ресторанных комплексов с учётом фактора влияния эксплуатационных и других внешних воздействий на техническое состояние зданий и оборудования.

Разработка мероприятий, направленных на обеспечение защиты окружающей среды от загрязняющего воздействия, в том числе путём использования энергосберегающих технологий.

Расчёты свидетельствуют о получении существенного экономического эффекта от повышения эффективности и безопасности эксплуатации гостинично-ресторанных комплексов за счёт применения современных методов диагностики технического состояния, обеспечивающего оптимизацию сроков проверок и ремонтов.



Совмещения планово-предупредительного ремонта с ремонтом по техническому состоянию

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Иванов Д.А. Повышение конструктивной прочности материалов за счёт воздействия пульсирующих дозвуковых низкочастотных газовых потоков. Монография. — СПб.: Изд-во СПбГУСЭ, 2008. — 123 с.
2. Иванов А.П., Иванов Д.А., Сизов А.М. Струйные технологии в промышленности. Монография. — СПб.: Изд-во СПбГУСЭ, 2009. — 155 с.
3. Иванов Д.А., Васильева А.В. Струйные технологии в машиностроении. Монография. — СПб.: Изд-во СПбГУСЭ, 2010. — 147 с.
4. Иванов Д.А., Кириллов С.В. Струйные технологии в сервисе. Монография. — СПб.: СПбГУСЭ, 2013. — 143 с.
5. Тимохина Т.Л. Организация административно-хозяйственной службы гостиницы. Учебное пособие. — М.: Издательский Дом «ФОРУМ», : 2012. — 256 с.



Анна Валентиновна ВОЛОВОДА

к.э.н., доцент
кафедра экономики и управления в сфере услуг
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
avolovoda@mail.ru

Anna V. VOLOVODA

PhD, Associate Prof.
Department of Economy and Management in the service sector
Saint-Petersburg State University of Economics
avolovoda@mail.ru



Валерия Вячеславовна БЕЛАЯ

магистрант, программа «Туризм»
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
leriks21b@mail.ru

Valerya V. BELAYA

Master student, program Organization of management
of tourist destinations
Saint-Petersburg State University of Economics
leriks21b@mail.ru

РАЗВИТИЕ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В ПРИМОРСКОМ КРАЕ

Аннотация. В данной статье рассматривается индустрия событийного туризма в Приморском крае. Событийный туризм является уникальным видом туризма — неисчерпаемый по содержанию, он в состоянии привлечь в конкретный регион большие потоки туристов. Это обстоятельство, в свою очередь, позволяет решить регионам проблему сезонности.

Ключевые слова: Приморский край, событийный туризм, инфраструктура, сезонность, мероприятия.

EVOLUTION OF EVENTS TOURISM IN PRIMORSKIY REGION

Summary. This article talks about the industry of events tourism in Primorskiy region. The events tourism is a unique kind of tourism. It attract a lot of tourists in different seasons. This context allows solving problems of seasonality in regions.

Keywords: Primorskiy region, events tourism, infrastructure, seasonality, events.

Обзор литературы. В процессе написания статьи в основном использовались труды отечественных ученых, которые в своих работах раскрывают проблему развития туристической индустрии, в частности, событийного туризма (В.С. Буриловой, С.Ю. Гитауллиной и др.), а также официальные сайты Федеральных органов управления, официальные сайты мероприятий Приморского края.

На развитие туризма в Приморском крае оказывает значительное влияние фактор сезонности. Большинство туристского потока, а именно, две трети приходится на летние месяцы года, тогда как доля туристов в зимние месяцы очень мала [3, с.124]. В качестве помощи в преодолении фактора сезонности может быть использован событийный туризм, так как основное его достоинство — всесезон-

ность, привлечение туристов в «низкий» туристский сезон. Государственная программа Приморского края «Развитие туризма в Приморском крае на 2013–2020 годы» должна включать в себя концепции развития событийного туризма. Необходимо так же разрабатывать методики, которые позволяют обеспечить равномерное распределение туристского потока в течение всего года, а также эффективно осуществлять деятельность комплекса предприятий, объектов туристической индустрии.

Разработка уникальных, захватывающих, ярких событийных мероприятий содействует в определенной степени росту туристской привлекательности региона. Данного рода мероприятия возможно использовать в рамках событийных туров, спортивных, культурно-познавательных, деловых, развлекательных и других видах туристских программ.

В составе въездного турпотока Приморского края 75% — китайские туристы. Туристские отношения с КНР очень важны для Приморья, 15 туристских организаций края осуществляют координацию въездного туризма из КНР [4]. Событийный туризм является самым привлекательным для граждан из КНР, направляющихся в Приморский край. Этот регион обладает достаточным ресурсным потенциалом для создания и обеспечения данного вида туристских продуктов. Ежегодно, более 100 культурных, деловых, развлекательных, спортивных мероприятий проходят в Приморском крае, которые осуществляются не только на местном уровне, но и на национальном и международном.

Наиболее крупное и важно мероприятие Приморья — Кинофестиваль «Меридианы Тихого». Данное событие привлекает любителей кино Дальневосточного региона. Также в рамках событийного туризма проходят Международная рыбохозяйственная выставка и кулинарный фестиваль.

Из спортивных мероприятий наиболее известным является «Кубок «Семь футов» — это парусный фестиваль. В бухте Новик острова Русский организуется фестиваль приморской гребли на лодках «дракон». Владивосток проводит «Бот-шоу», которое представляет выставку катеров и яхт. Очень ярким событием Приморского края, относящимся к туристской отрасли, является Тихоокеанская туристская выставка.

Муниципальные образования Приморского края организуют более 250 мероприятий

событийного характера. В Пограничном, Ханкайском, Артемовском, Кавалеровском, Спасском, Ольгинском муниципальных районах, Спасск-Дальнем городском округе, городе Фокино в основном проводят события культурного характера. Мероприятия природной направленности можно встретить в Пожарском, Тернейском, Красноармейском, Ольгинском, Партизанском муниципальных районах, Лазовском, Артемовском городских округах. Во Владивостокском городском округе, Кировском, Дальнереченском, Хасанском муниципальных районах в основном осуществляются мероприятия, имеющие патриотическую направленность. Спортивные мероприятия в основном проходят в Хасанском муниципальном районе, Кировском, Партизанском городских округах. Научные мероприятия организуются в Яковлевском, Артемовском, Владивостокском, Пограничном муниципальных районах, Партизанском городском округе [4].

Во Владивостоке на достойном уровне представлена инфраструктура для проведения различного рода мероприятий, в том числе, международного уровня. Многие объекты города стали визитной карточкой, что позволяет создать узнаваемость Владивостока, как туристской дестинации, на российском и международном уровнях. К числу таких объектов относятся:

— вантовый мост, который вошел в книгу рекордов Гиннеса как один из пяти самых больших вантовых мостов мира;

— Приморский театр оперы и балета, который является одним из лучших в России по техническим характеристикам;

— Дальневосточный федеральный университет, в котором в 2012 году проходила встреча лидеров АТЭС;

— спортивно-концертный комплекс «Фетисов-Арена», в котором регулярно проходят различные мероприятия, семейные шоу, фестивали, спортивные мероприятия.

Владивосток является центром стыка азиатской и европейской культур, которые являются неотъемлемыми элементами уникального архитектурного наследия царской и советской России. Кроме этого, осуществляется позиционирование Владивостока как «европейского города Азии».

Международный кинофестиваль стран АТР во Владивостоке является уникальным массовым событием Приморского края.

В 2018 году мероприятие пройдет в 16-й раз. Учредителем фестиваля является Администрация Приморского края, он проходит при содействии Министерства культуры РФ. Можно выделить следующие цели фестиваля: обеспечение и развитие культурного обмена; представление в России кино стран АТР; представление российского кино представителям киноиндустрии стран АТР; создание общекультурного пространства между Россией и странами АТР. Фестиваль включает в себя различные конкурсы, посвященные тематике кино. В 2017 году фестиваль посетили более 40 тысяч зрителей [5].

Реализации событийного туризма в полной мере мешают следующие факторы:

— недостаток соответствующих структурных подразделений, занимающихся туристской деятельностью, полномочия органов местного самоуправления реализовываются не в полной мере;

— отсутствует оперативная, удобная информационная база туристских продуктов,

услуг, объектов, системы маркетинговой информации;

— слабо развитая инфраструктура туристского сектора из-за высокой капиталоемкости, долгосрочной окупаемости;

— высокая степень ограниченности ассортимента сувенирной продукции с тематикой Приморского края;

— большое количество преград для формирования привлекательности и узнаваемости туристских брендов городов Приморского края;

— низкая степень использования историко-культурного потенциала Приморского края;

— высокий уровень цен на средства размещения и перевозки туристов.

Из основной характеристики событийного туризма в Приморском крае можно сделать определенные выводы. Необходимо развивать конкурентоспособность туристских продуктов, которые сочетают в себе event-бренды Приморского края и Владивостока, в частности, оказывать помощь в его системном продвижении внутри страны и на международном уровне.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Постановление Администрации Приморского края от 07.12.2012 N 396-па «О государственной программе Приморского края «Развитие туризма в Приморском крае» на 2013–2020 годы» // «Приморская газета», спецвыпуск, N 114(731), 29.12.2015

2. Бурилова, В.С., Инновационные технологии в продвижении событийных мероприятий Приморского края / В.С. Бурилова, М.С. Антоненкова. // Территория новых возможностей, 2015. — №1 (28).

3. Гитаулина С.Ю., Эффективность туристской деятельности Приморского края: вопросы оценки

и возможности событийного туризма / С.Ю. Гитаулина. // Вестник Хабаровского государственного университета экономики и права, 2016.

4. Официальный сайт Администрации Приморского края [Электронный ресурс] // URL: <http://www.primorsky.ru/> (Дата последнего обращения: 28.05.2018)

5. Официальный сайт Международного кинофестиваля стран АТР во Владивостоке «Меридианы Тихого» [Электронный ресурс] // URL: <http://pacificmeridianfest.ru/> (Дата последнего обращения: 28.05.2018)



Туяна Альфредовна МАНЖИГЕЕВА

менеджер по развитию производственной деятельности
SeWa West Africa Limited, магистр наук (финансы)
(Абуджа, Нигерия)

Tuяana A. MANZHIGEEVA

MSc (Finance), Business Development Manager,
SeWa West Africa Limited (Abuja, Nigeria)



Владимир Сергеевич МАНЖИГЕЕВ

студент направления подготовки «Гостиничное дело»
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
vladimirmanzhigeev@gmail.com

Vladimir S. MANZHIGEEV

Undergraduate student
Saint-Petersburg State University of Economics
vladimirmanzhigeev@gmail.com

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ГОСТИНИЧНОГО ДЕЛА В ФЕДЕРАТИВНОЙ РЕСПУБЛИКЕ НИГЕРИЯ

Аннотация. В данной работе авторы, исходя из предпосылок теории институционального вакуума, рассматривают проблему государственного регулирования гостиничного дела в Федеративной Республике Нигерия. В ходе исследования были выявлены три пустоты, которые оказывают наибольшее влияние на динамику и перспективы развития гостинично-туристического сектора в Нигерии, а именно: общественно-государственная политика, законодательная база и деятельность по защите общественных интересов.

Ключевые слова: институциональный вакуум, регулирование гостиничной индустрии, Федеративная Республика Нигерия, неэффективность управления.

STATE REGULATION OF HOSPITALITY IN THE FEDERAL REPUBLIC OF NIGERIA

Summary. Based on the institutional void theory's premises, the authors of the present article investigate the issue of state regulation of the hospitality industry in the Federal Republic of Nigeria. The research resulted in identification of three voids, which have an ultimate effect on the dynamics and prospects of tourism-hospitality sector development, namely: public policy, legislation and advocacy.

Keywords: institutional void, state regulation of the hospitality industry, Federal Republic of Nigeria, ineffective management

Многочисленными исследованиями была установлена взаимосвязь между структурой и функционированием определенного сектора

экономики и качеством институтов, которые или способствуют его развитию, или препятствуют ему (Нуосу, с. 122). Под институциональной

базой мы понимаем системы действующего законодательства, нормативно-правовые акты, положения, а также неформальные условности, обычаи и нормы, которые расширяют, формируют и, в то же время, накладывают ограничения на социально-экономическую деятельность и поведение граждан и организаций. Уже ставшая классикой теория институционального вакуума гласит, что и отсутствие институтов на рынке (институциональный вакуум) играет роль и, как правило, влечет за собой недобросовестные действия и злоупотребления властью, равно как и создает возможности для предпринимательства и финансового процветания.

Гостиничное дело в Нигерии бесспорно представляет собой сложную для работы или инвестирования среду, но, тем не менее, оно доказательно имеет огромные перспективы для роста при условии грамотного управления.

Как отмечалось в работе Н.В. Манохиной (1997), «институциональный вакуум — отсутствие игроков и неразработанность требуемых правил игр — присущ различным сферам». В данной работе мы планируем раскрыть последствия такого вакуума в сфере государственного регулирования гостиничного дела в Нигерии. Нам представляется интересным рассмотреть специфику государственного регулирования гостиничного дела в Нигерии, а также попытаться определить возможные пути разрешения установленных проблем и возможности для усиления благоприятных факторов.

Теория вакуума, который чаще всего наблюдается на возникающих рынках, где отсутствие поддерживающих институтов и законодательной базы создает пустоты (вакуум), представляется нам подходящим инструментом для рационального объяснения исследуемого процесса. Так, к примеру, операторы отелей в Нигерии были вынуждены найти средства для того, что заполнить пустоты (вакуум) с тем, чтобы элементарно «оставаться наплаву». Возьмем к примеру ситуацию с генеральными директорами международных отелей в Лагосе, которые регулярно встречаются с целью обмена информацией, необходимой для принятия бизнес-решений, и определения областей для взаимовыгодного сотрудничества.

В рамках исследования для данной работы мы установили три пустоты, которые имеют самое большое влияние на динамику и перспективы развития гостинично-туристическо-

го сектора в Нигерии, а именно: общественно-государственная политика, законодательная база и деятельность по защите общественных интересов.

Общественно-государственная политика и законодательная база. Правительство несет наибольшую ответственность за создание благоприятных рыночных условий и институтов, которые обязаны содействовать развитию индустрии. Это, главным образом, достигается посредством создания (стратегической) политики и введения в действие соответствующей законодательной базы. Как справедливо заметил Д. Адеподжу, «При данных темпах роста в индустрии, более чем очевидно, что индустрия нуждается в такой законодательной базе, которая бы регулировала ее и на государственном уровне, и на уровне штатов» (Адеподжу, 2014, с. 28). В Мастер-плане по развитию туризма в Нигерии сделана ссылка на плачевное состояние законодательной базы в отношении гостинично-туристического сектора, которая в настоящий момент не в состоянии создать привлекательную среду для привлечения частного сектора и его капитальных инвестиций, столь необходимых для акселерации темпов развития и расширения сектора. Существующий Закон о Национальной Корпорации по Развитию Туризма, в целом, элементарен, но из его контекста упущены разнообразные положения, которые общепринято являются критичными для развития жизнеспособной индустрии размещения и туризма. Национальная Корпорация по Развитию Туризма имеет необычайно раздутый штат, который не располагает даже базовыми подготовкой, знаниями и опытом, и возможностей исправить ситуацию за счет бюджетных ассигнований нет. Организация плохо оснащена технически, ей не хватает ни компьютерной, ни оргтехники, не располагает она и надлежащими помещениями. В совокупности с мизерным бюджетом, окончательный диагноз — неэффективная организация.

Неэффективность в управлении гостинично-туристического сектора представляет проблему для всех его ключевых партнеров. Данный сектор нуждается в сильном и компетентном руководстве, которое окажет трансформирующее влияние на законы, постановления, политику и стандарты, регламентирующие деятельность все агентов в секторе. Отсутствие единого и долгосрочного вектора развития на федеральном уровне привело к определенным

изменениям на уровне штатов — например, в 2013 году штат Лагос выиграл дело в Верховном суде, получив полномочия от НКРТ регистрировать и классифицировать учреждения размещения гостей на уровне штата. Хотя до сих пор не улажены все вопросы, пересмотренный закон о Лицензировании отелей от 2010 года предоставляет более четкие требования касательно юридической ответственности владельцев средств размещения. На момент публикации указанный закон не вступил в силу из-за избыточной бюрократии.

Деятельность по защите общественных интересов. Основные профессиональные организации в гостинично-туристическом секторе в Нигерии — это: Федерация ассоциаций туроператоров Нигерии, Нигерийская ассоциация отельеров, Ассоциация по управлению гостиничным бизнесом и туризмом, Ассоциации работодателей гостиничного бизнеса и личных услуг и Институт Гостиничного дела (Великобритания), у которого функционирует филиал в Нигерии. Роль данных организаций — предоставить убедительный, еди-

нодушный «голос», который бы представлял и защищал интересы всех членов перед правительством и средствами массовой информации. На официальных вебсайтах данных организаций практически нет ссылок на политические, законодательные или правовые вопросы. Тем не менее, очень любопытно слышать заверения данных организаций, что именно они являются глашатаями интересов индустрии. Некоторое время назад рассматривался вопрос о системе классификации отелей и гостиниц в Нигерии, равно как и кадровый вопрос, но с небольшим успехом. Следует отметить, что вопрос о необходимости создания синергии между вышеуказанными независимыми организациями для того, что сформировать единый голос, вещающий об интересах ключевых партнеров в индустрии [Нуосу, С.122–124], стоит необычайно остро.

В нижеприведенной таблице мы собрали базовую информацию о значимых организациях индустрии и их наиболее известных инициативах

Краткая история развития политики в отношении гостинично-туристического сектора (1959–2006)

Инициативы по политике	Год	Цель
Специальный Комитет по Туризму (Ad-hoc Committee on Tourism)	1959	Продвижение туризма
Нигерийская Туристическая Ассоциация (Nigerian Tourist Association)	1962	Инициатива частного сектора по продвижению туризма
Нигерийский Совет по Туризму (Nigerian Tourist Board NTB)	1976 (Указ № 54)	Управление гостинично-туристическим сектором
Национальный Институт по гостиничному делу и туризму (National Institute for Hospitality and Tourism (NIHOTOUR))	1998	Первоначально трехстороннее соглашение между Международной Организацией Труда, ООН (которые позднее самоустранились в виду нестабильности политической обстановки) и правительством Нигерии
Национальная политика по туризму (National Policy on Tourism)	1990	Признание туризма сектором экономики
Нигерийская Ассоциация по Развитию Туризма (Nigerian Tourism Development Corporation (NTDC))	1992 (Указ № 81)	Полугосударственная организация, созданная при Министерстве Коммерции и Туризма с целью заменить Нигерийскую Туристическую Ассоциацию и осуществлять регистрацию, классификацию и оценку предприятий размещения гостей
Федеральное Министерство Культуры и Туризма (Federal Ministry of Culture and Tourism)	1999	Координирование министерства для инициации политики. Создано из Министерств Коммерции и Туризма и Министерства по вопросам информатики и культуры

Окончание табл.

Инициативы по политике	Год	Цель
Федеральное Министерство по Культуре, Туризму и Национальной Ориентации (Federal Ministry of Culture, Tourism and National Orientation)	2004	Координация деятельности министерства при расширении сферы ответственности
Национальный Мастер-план по развитию туризма (National Tourism Master Plan)	2006	Сотрудничество с Всемирной организацией по развитию туризма от ООН (World Tourism Organization (UNWTO) с целью подготовки кадров для федерального правительства для усиления кадрового состава, развития научно-исследовательского потенциала, оптимизации планирования и управления сектором
Федеральное Министерство Информации и Культуре Federal Ministry of Information and Culture	2016	Создание и поддержание современной информационной системы, направленной на продвижение туризма и реализации культурного потенциала страны

Анализ трех выявленных вакуумов (пустот) доказывает необходимость более весомых усилий со стороны правительства Федеративной Республики Нигерии, направленных на обеспечение гостинично-туристического сектора адекватной законодательной базой, которая бы отражала современные условия и тенденции на национальном и глобальном рынке; обеспечение соответствия выделяемых бюджетных средств первоочередным нуждам соответствующих государственных органов (включая Федеральное Министерство Информации

и Культуры и Национальную Корпорацию по развитию туризма (в целях повышения квалификации сотрудников и для реализации жизненно важных инициатив и проектов); налаживание конструктивного диалога между Правительством и представителями частного сектора для определения возможных путей сотрудничества (правительство предпринимает шаги для создания и поддержания инвестиционно-привлекательного климата в стране, а частный сектор делает вклад в виде высококвалифицированных кадров и ноу-хау).

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Адеподжу, В. Потребность в более сильной законодательной базе, стандартизации и введении единой систем классификации в гостиничной индустрии Лагоса. [Электронный ресурс] // *Financial Nigeria*. — Март, 2014. — С.28–29. Режим доступа: <http://w-hospitalitygroup.com/wp-content/uploads/2014/03/Need-for-more-Regulation-Standardization-and-Classification-in-the-Lagos-Hospitality-Industry.pdf> (Дата обращения 31.05.2018).

2. Адеола, О., Эзенвафор, К. Гостиничный бизнес в Нигерии: проблемы, препоны и возможности. [Электронный ресурс] // *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*. — 2016. — №8(2). — С.182–194. Режим доступа: https://search-proquest-com.ezproxy.bu.edu/docview/1826443934?accountid=9676&rfr_id=info%3Axri%2Fsid%3Aprimo (Дата обращения 01.04.2018).

3. Банколе, А.С. Туристический сектор Нигерии: вклад, препоны и возможности. [Электронный ресурс] // *The Journal of Hospitality Financial Management*. — 2002 — № 10(1). — С.71–89. Режим доступа: [https://scholarworks.umass.edu/cgi/](https://scholarworks.umass.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1109&context=jhfm)

[viewcontent.cgi?article=1109&context=jhfm](https://scholarworks.umass.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1109&context=jhfm) (Дата обращения 01.06.2018).

4. Бельских И.Е., Окойе С.С. Туризм в Нигерии: уроки регионального развития [Электронный ресурс] // *Региональная Экономика: теория и практика*. — 2014. — № 40 (367). — С. 44–51. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/turizm-v-nigerii-uroki-regionalnogo-razvitiya> (Дата обращения 01.04.2018).

5. Манохина, Н.В. Феномен институционального вакуума: сущность, причины возникновения и диагностика. [Электронный ресурс] // *Психология и Экономика*. — 2008. — Т. 1, №1–2. — С. 140–145. Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/text/33515438/> (Дата обращения 31.05.2018).

6. Нуосу Б. Обзор гостиничного бизнеса в Нигерии: масштаб, структура и актуальные вопросы [Электронный ресурс] // *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*. — 2016. — 8(2). — С.117–133. Режим доступа: https://search-proquest-com.ezproxy.bu.edu/docview/1826811545?accountid=9676&rfr_id=info%3Axri%2Fsid%3Aprimo (Дата обращения 01.04.2018).



Наталья Ивановна КУЗНЕЦОВА

магистрант, программа «Управление гостиничным бизнесом»
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
kuznetsova.natalie9@gmail.com

Natalya I. KUZNETSOVA

Master student, program Management of Hotel Business
Saint-Petersburg State University of Economics
kuznetsova.natalie9@gmail.com



Юлия МЕШКОВА

Руководитель отдела маркетинга и рекламы «Азимут Отель Уфа»
магистрант, программа «Управление гостиничным бизнесом»
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
marketing-ufa@azimuthotels.com

Julia MESHKOVA

Head of marketing and advertising department «Azimut Hotel Ufa»,
Master student, program Management of Hotel Business
Saint-Petersburg State University of Economics
marketing-ufa@azimuthotels.com

АНАЛИЗ РЫНКА ГОСТИНИЦ БИЗНЕС СЕГМЕНТА ГОРОДА УФЫ РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН

Аннотация. В данной статье авторы проанализировали различные аспекты развития гостиничного рынка бизнес-сегмента Республики Башкортостан города Уфы. Проведенное исследование показало, что 40% гостиниц г. Уфы являются представителями международных и национальных гостиничных сетей. Основную долю туристского потока столицы Республики составляет сегмент делового туризма (80–90%). Конкурентный анализ бизнес-гостиниц показал, что большинство из них применяют схожие инструменты маркетинговых коммуникаций и предлагают идентичные услуги, в связи с чем на рынке наблюдается высокая, даже жесткая конкуренция.

Ключевые слова: Республика Башкортостан, город Уфа, бизнес-сегмент, бизнес-гостиницы, событийный календарь, конкурентный анализ.

MARKETING ANALYSIS OF BUSINESS-SEGMENT HOTELS IN UFA CITY BASHKORTOSTAN REPUBLIC

Summary. In this article, the authors analyzed different aspects of the business segment hotels market development in Ufa city of the Bashkortostan Republic. The conducted researches have shown that 40% of hotels in Ufa belongs to national or international hotel chains. The main share of the tourist flow in Ufa is the business tourism segment (80–90%). Competitive analysis of business hotels has shown that most of them use similar marketing communications tools and offer identical services, in connection with which there is a high, even fierce competition on the market.

Keywords: Bashkortostan Republic, Ufa, business segment, business hotels, event calendar, competitive analysis.

Интенсивно развивающееся и востребованное в современном мире направление делового и событийного туризма обусловило образование туристского кластера в столице Республики Башкортостан. Обеспеченная такими важными

факторами, как историко-географические и социокультурные ресурсы, современная Уфа объективно может считаться перспективным центром бизнес активности Приволжского Федерального округа, оказывающим

существенный вклад в развитие гостиничной индустрии. Большая часть качественного и современного номерного фонда гостиничных предприятий Республики располагаются в столице г. Уфа. Высокая деловая активность и плотное сотрудничество со многими российскими городами привлекают в столицу Башкортостана большое количество гостей, а преуспевающая гостиничная инфраструктура — один из важных аспектов успешного функционирования миллионного города.

Основные задачи по формированию современной конкурентоспособной индустрии гостеприимства и укреплению положительного туристского имиджа Республики решаются на основе целевых программ «Развитие сферы въездного и внутреннего туризма Республики Башкортостан» на 2014–2017 гг. [1] и 2018–2023 гг. [2].

На рисунке 1 представлена динамика инвестиций в основной капитал, направленных на развитие коллективных средств размещения Республики Башкортостан, без учета субъектов малого предпринимательства и объема инвестиций, не наблюдаемых прямыми статистическими методами [3].

Можно заметить, что наибольший объем инвестиций был направлен на 2015 г., с целью ликвидации основных проблем в индустрии гостеприимства, перед проведением саммитов БРИКС и ШОС. За этот период были модернизированы 42 действующие гостиницы и построено 7 новых гостиниц.

Состоявшиеся мероприятия предоставили уникальные возможности для взаимодействия и установления прочных связей с представителями крупного иностранного и российского бизнеса, а также проведения масштабной рекламной

кампании по продвижению Башкортостана на мировом туристском и гостиничном рынках, что в свою очередь положительно отражается на перспективах развития гостиничного бизнеса.

На сегодняшний день основная доля туристского потока в столице приходится на сегмент делового туризма, и составляет около 80–90% прибывающих гостей. Меньшую часть, 10–20% гостевого потока, составляют туристы, целью которых является познавательный туризм.

К сожалению, несмотря на то, что как центр бизнес активности Республики, Уфа организует форумы и выставки общероссийского значения интересные бизнес-сегменту, город не имеет единого событийного календаря, отражающего деловую активность в городе. Наличие такого календаря безусловно повысило бы эффективность деятельности гостиниц города. В рамках своей работы, на основе анализа различных информационных ресурсов города и Республики, авторы составили подобный бизнес календарь, представленный в таблице 1.

Однако, согласно статистике проведения масштабных мероприятий в Башкортостане, участие в них принимают в основном гости из соседних городов, которые, чаще всего, не задерживаются в городе больше суток.

Положительная динамика в развитии гостиничного рынка Республики на сегодняшний день наблюдается на примере того, что гостевой поток значительно увеличивается за счет открытия в регионе многочисленных филиалов зарубежных и российских компаний различного профиля. Это подтверждает тот факт, что по версии РБК Уфа занимает 4 место в рейтинге наиболее привлекательных городов для ведения бизнеса 2017 года.

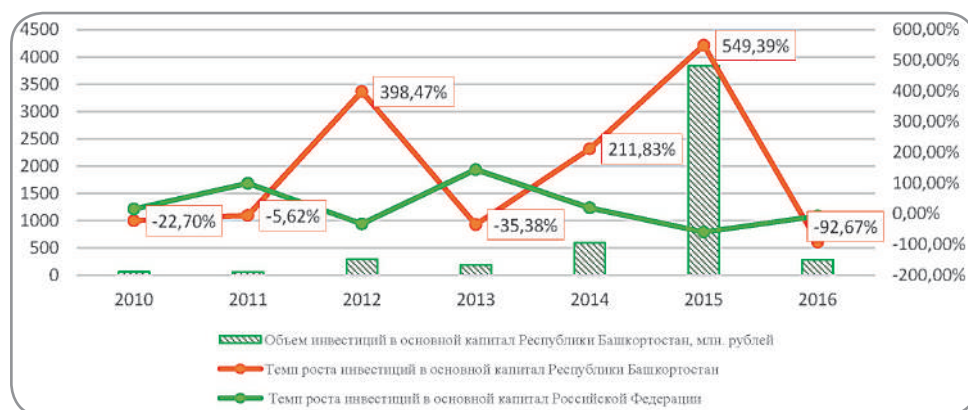


Рис. 1. Динамика инвестиций в основной капитал, направленных на развитие коллективных средств размещения

Событийный бизнес календарь г. Уфы 2018*

Дата	Событие	Охват	Характеристика
26.02–08.02	Российский промышленный форум «Машиностроение. Металлообработка. Средства защиты»	Более 120 компаний из 15 регионов России и стран ближнего зарубежья; 5000 специалистов	Встреча руководителей федеральных и региональных органов государственной власти и научного сообщества для выработки совместных решений по развитию промышленного сектора.
13.03–16.03	Международная выставка «Агрокомплекс»	Ежегодно. 350 участников 7000 посетителей	Площадка анонсирования современных научно-технических средств, материалов и технологий для предприятий агропромышленного комплекса
03.04–06.04	Медицинский форум-выставка «Неделя здравоохранения в РБ»	Ежегодно. Свыше 100 компаний из 15 регионов РФ, более 11000 гостей	Выставочная экспозиция для ведущих экспертов и всех, заинтересованных в развитии системы здравоохранения.
17.04–20.04	Форум строительства и ЖКХ	Ежегодно. 200 участников, 7000 посетителей, 47 городов РФ и РБ	Насыщенная деловая программа по модернизации сферы ЖКХ
31.05–02.06	Специализированные выставки в рамках «Дней Красоты»	Ежегодно. 100 участников 7000 посетителей	Площадка подтверждения имиджа компании, заключение новых договоров и расширение круга потенциальных партнеров
06.06–08.06	Международный экологический форум III специализированная выставка «Экология. Технологии. Жизнь»	Ежегодно. Представители 71 предприятия из 12 регионов России. 5000 гостей	Пространство эффективного взаимодействия ведущих специалистов в области экологии с представителями власти и поставщиками услуг
09.06–10.06	Экономический форум «Зауралье — 2018»	Представители бизнес-миссий иностранных делегаций.	Профессиональный диалог о проблемах и перспективах развития инвестиционной деятельности.
13.06–14.06	Межрегиональная конференция «Технологии и практики цифрового производства»	Более 300 делегатов из республик Башкортостан и Татарстан, Оренбургской, Самарской, Свердловской и Челябинской областей.	Коммуникативная площадка обмена опытом между предприятиями, поиск и выбор оптимальных решений в вопросе повышения эффективности цифрового производства.
14.06–15.06	I Российско-Китайский конгресс по лечению сердечно-сосудистых заболеваний	Свыше 2000 участников из Российской Федерации, Китайской Народной Республики, стран СНГ, дальнего зарубежья	Площадка российско-китайского сотрудничества по обмену накопленным опытом в вопросах формированию и продвижению приоритетов здорового образа жизни.
27.06–27.06	Hospitality Business Day	Ежегодно. Более 50 ведущих поставщиков ресторанного, отельного и санаторного рынков.	Деловые коммуникации профессионалов сферы гостеприимств с региональными рестораторами и отельерами
15.09–25.09	Всемирный конгресс и Генеральная Ассамблея Совета фольклорных фестивалей	Более 200 делегатов из 60 стран. 10000 посетителей	Современная форма коммуникативного взаимодействия в среде многообразия традиционного культурного наследия человечества.

Продолжение табл. 1

Дата	Событие	Охват	Характеристика
18.09–20.09	Уральский транспортный форум	70 участников из Германии и 457 делегатов крупнейших грузовладельцев из 10 регионов России компаний.	Обширная экспозиция специализированной техники отечественных и зарубежных производителей, IT решений, логистических услуг сторонних компаний и т. п.
22.09–22.09	III Евразийский гуманитарный форум в рамках 48-го Всемирного конгресса СИОФФ	более 2 тысяч учёных, историков, социологов из Казахстана, Узбекистана, Кыргызстана, Китая, Таджикистана и регионов России.	Коммуникативное взаимодействие по решению вопросов взаимосвязи промышленности, бизнеса и образовательных организаций, и их тесного взаимодействия под эгидой ЮНЕСКО
25.09–28.09	Международная выставка-форум Урал-СтройИндустрия	более 200 компаний строительной отрасли Приволжского региона 5340 посетителей	Живая зона общения по обмену мнениями экспертов строительной отрасли и встречи с потенциальными клиентами.
03.10–06.10	Специализированная выставка-ярмарка Лег-Пром-Уфа	Представители более 70 компаний из 16 регионов России 7000 посетителей	Место встречи профессионалов отрасли легкой промышленности, демонстрации достижений высококачественных товаров и услуг ведущих российских и зарубежных компаний.
18.10–19.10	IV Форум малого бизнеса регионов стран — участниц ШОС и БРИКС	Представители стран — участниц ШОС и БРИКС. топовые эксперты.	Международная кооперация в сфере поддержки малого и среднего бизнеса в процессах глобализации и расширение межрегиональных и международных связей.
26.10–26.10	Международная выставка «Энергетика Урала»	Ежегодно. Более 6000 участников со всей России	Мультиформатная экспозиция разделов топливно-энергетического комплекса, освещающая новейшие разработки и достижения в области энергетики.
07.11–10.11	Уфимский международный салон образования	Ежегодно. 70 самых авторитетных российских и международных экспертов. 1000 гостей	Международная дискуссионная площадка и выставка современных образовательных технологий и лучших инновационных проектов
14.11–17.11	Форум гостеприимства и туриндустрии	Ежегодно более 1000 делегатов, 3500 посетителей из 8 регионов РФ	Единственный специализированный форум в регионе с обширной деловой и конкурсной программой в сфере гостеприимства
07.12–07.12	Специализированная выставка-форум Мир материнства и детства	Более 100 компаний из 12 регионов России. Более 8000 посетителей.	Экспо проект, направленный на поддержку молодых семей в регионе, повышение рождаемости и укрепление традиционных семейных ценностей.

Дата	Событие	Охват	Характеристика
07.12–07.12	Итоговый конгресс федеральной программы «Ты — предприниматель» в Республике Башкортостан	Представители федеральных и региональных госструктур, общественных организаций и фондов,	Площадка для коммуникации молодых предпринимателей и объединение их ресурсов для развития предпринимательства в РФ
13.12–16.12	Выставка-ярмарка Индустрия-праздника	Представители 30 районов республики.	Площадка позиционирования продукции Республики с целью увеличения объемов продаж.

* составлен авторами исследования

Среднегодовая загрузка гостиничных предприятий г. Уфы составляет 50–60%. Спады по загрузке отмечаются в летний и новогодний периоды и связаны с наименьшим количеством бизнес-туристов. Высокая загрузка характерна для зимне-весеннего и осеннего периодов, в сезон бизнес-активности.

По состоянию на 2018 год основная доля на рынке (см. рис. 2), 47%, заполнена гостиницами без звезд, 17% занимают 3-звёздочные гостиничные предприятия, и только одна гостиница имеет 5-звёздную категорию.

Авторами исследования было проведено исследование гостиниц г. Уфы от 100 до 250 номеров, позиционируемых на рынке как бизнес-гостиницы или предоставляющие бизнес-услуги. Их общий номерной фонд составляет 63% доли всего рынка гостиничных услуг столицы Республики. Анализ проводился по следующим параметрам: реальная и позиционируемая звездность, рейтинг Booking.com, рейтинг Tripadvisor, открытая цена, принадлежность к гостиничной сети, расстояние до условного центра города (См. таблицу 2).

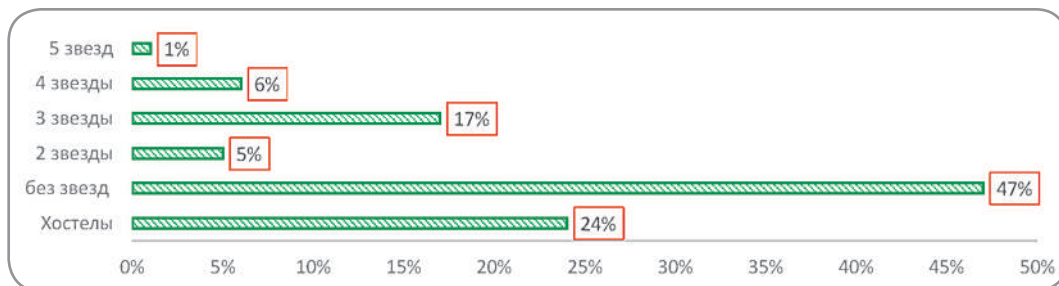


Рис. 2. Соотношение категорий гостиниц г. Уфы по данным Booking.com, 27.05.2018г.

Таблица 2

Сравнительный анализ гостиниц бизнес-класса

Отель	Звездность	Рейтинг Booking	Топ-20 Tripadvisor	Номерной фонд	Открытая цена на стандарт	Сеть	Локация (км)
Башкирия	4	9,4	2	211	3150	–	1.1
Hilton Garden Inn	4	9,3	1	167	4200	+	2.1
Hampton by Hilton	3	9,2	4	160	3600	+	5
Sheraton	5	9,2	5	161	4800	+	1.5
Атола	(3)	9,2	10	104	4100	–	1.1
Holiday Inn	4	9,1	7	193	3400	+	0.2
Иремель	(3)	8,8	11	100	4000	–	4.8

Окончание табл. 2

Отель	Звездность	Рейтинг Booking	Топ-20 Tripadvisor	Номерной фонд	Открытая цена на стандарт	Сеть	Локация (км)
Президент Отель	(4)	8,7	8	237	3000	–	7.3
AZIMUT Отель Уфа	4	8,2	6	190	1900	+	7.5
ГК Тан	(3)	8,1	13	121	2800	–	9
Астория	3	8,1	18	126	3600	–	0.7
Амакс турист-отель	(3)	7,9	12	200	2975	+	6
Парк сити	0	7,6	0	103	4600	–	9.6
Агидель	(3)	7,5	0	130	2500	–	3.4

На рынке гостиничных услуг г. Уфа 40% гостиниц являются частью национальных и международных гостиничных сетей: Azimut Hotels, Amaks Hotels and Resorts, Hilton Hotels and Resorts, Sheraton, InterContinental Hotels Group. Как видно из таблицы 2 только 47% бизнес-гостиниц прошли официальную классификацию. Также было выявлено, что в реалиях города, большее значение для гостей имеют инфраструктура и расположенные вблизи объекты бизнес-активности, которые могут быть использованы гостиницей, как конкурентное преимущество, а также создать поле для дополнительных услуг других гости-

ниц, например предоставление трансфера до значимых мест.

На рисунке 3 представлен рейтинг бизнес гостиниц г. Уфы по номерному фонду и показателю «NaturalShare», который характеризуется объемом бизнеса при 100% загрузке всех конкурентов. Согласно показателю, высокий уровень конкуренции отмечается среди гостиниц бизнес класса трех и четырех звезд.

По результатам рейтинга Booking.com (рис. 4), лидером на рынке является 4-звездочный гостиничный комплекс «Башкирия» [4]. По результатам рейтинга Tripadvisor [5], лидер на рынке — гостиница «Hilton Garden Inn».

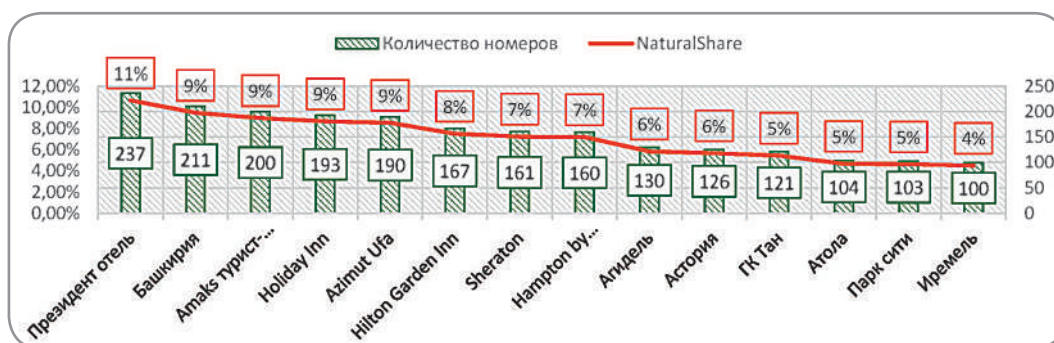


Рис. 3. Доля рынка бизнес отелей г. Уфа

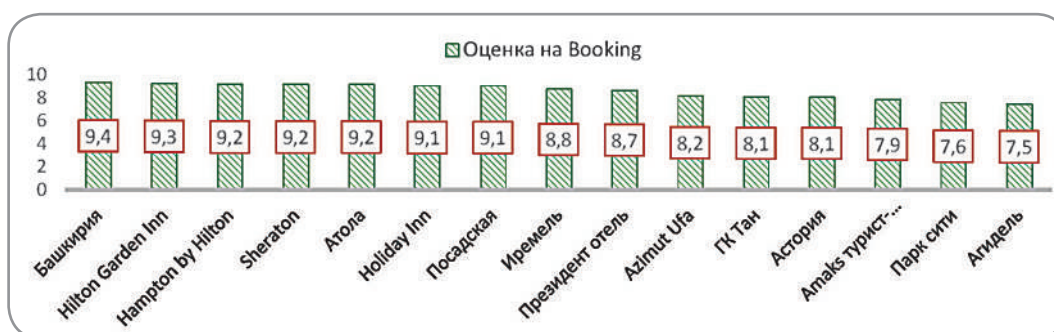


Рис. 4. Рейтинг отелей г. Уфа по версии Booking.com, 27.05.2018 г.

Анализ конференц-услуг бизнес-гостиниц г. Уфа

Отель	Цена	Залы	Вместимость	Локация	Дополнительные услуги
Sheraton	35	12	510	Рядом с главными достопримечательностями города в окружении садов и скверов, а также офисами «ТрансНефть» и «Лукойл»	бизнес-центр, кофе-брейк, фуршет банкомат Альфа-банк
Holiday Inn	20	6	500	Исторический центр города, рядом главные достопримечательности Уфы, художественная галерея и Гостиный двор.	кофе-брейк, бизнес-центр open lobby банкомат Сбербанк отдельный вход
Президент отель	16	6	500	Зеленая роща, 10 минут езды от делового центра города и выставочного комплекса «ВДНХ-Экспо»	переговорная комната кофе-брейк банкомат Сбербанк
Амакс турист-отель	12	5	660	Относительно спокойный район города, вблизи центра. 10 минут от Ледового дворца, татарского театра Нур, студии «ArtBaza» и галереи «Лимузин», близость автовокзала	бизнес-центр, бизнес-ланч, банкомат Сбербанк.
Hilton Garden Inn	23	5	500	В историческом центре города, в шаговой доступности от реки Агидель и площади Салавата Юлаева, рядом с политической и культурной ареной ГБУ РБ «Конгресс-холл»	кофе-брейк, фуршет банкомат Сбербанк
AZIMUT Отель Уфа	25	4	600	В центральной части города. В шаговой доступности от художественной галереи Сара, Центрального парка культуры и отдыха, Уфимского планетария, Государственного академического театра РБ, Совета гор. округа г. Уфа	бизнес-центр, кофе-брейк, бизнес-ланч, банкоматы Сбербанк и Райффайзенбанк, отдельный вход, гардероб, парковка
ГК «Тан»	8	3	370	Поблизости с популярными достопримечательностями города, галереей Аймак, Центральным парком Гафури и Русским Драматическим Театром	кофе-брейк фуршет
Башкирия	15	2	300	Историческое здание, близость к культурным и административным центрам, Национальному Молодежному театру им. М. Карима, Галерее Урал	кофе-брейк, фуршет, обед, переговорные комнаты банкомат ВТБ

Далее конкурентный анализ предприятий включал сравнение по таким параметрам, как: количество конференц-залов (от 2-х), максимальная вместимость, цена за 4 часа аренды, месторасположение по отношению к важным объектам города, дополнительные бизнес-услуги.

Таким образом, основную часть спроса гостиничных услуг г. Уфы Республики Башкортостан составляет бизнес сегмент, представители которого посещают столицу с целью командировок, участия в конгрессах, встречах, форумах, выставках, спортивных мероприятий регионального, общероссийского и международного значения.

Конкурентный анализ рынка гостиниц бизнес-сегмента г. Уфы показал, что после саммитов ШОС и БРИКС на рынке избыточное предложение, при этом большинство гостиниц применяют схожие инструменты маркетинговых коммуникаций и предлагают гостям идентичные услуги, в связи с чем наблюдается высокая конкуренция. Поэтому предприятия гостеприимства для укрепления и сохранения

конкурентоспособности вынуждены искать новые эффективные решения в рамках маркетинговой политики: использование инструментов вирусного маркетинга [6], открытие SPA-комплексов, кросс-маркетинг с предприятиями сферы услуг (театры, свадебные и цветочные салоны), прохождение сертификации на соответствие номерного фонда и сервиса стандартам China Friendly и Halal Friendly [7] и др.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Постановление Правительства Республики Башкортостан от 02.06.2012 № 185 Об утверждении государственной программы «Развития внутреннего и въездного туризма Республики Башкортостан (2014–2017 гг.)».
2. Постановление Правительства Республики Башкортостан от 14.09.2017 № 424 Об утверждении государственной программы «Развития внутреннего и въездного туризма Республики Башкортостан (2018–2023 гг.)».
3. Статистические данные по субъектам РФ [Электронный ресурс] // Федеральное агентство по туризму. — 2018. — Режим доступа <https://www.russiatourism.ru/contents/statistika/statisticheskie-dannye-po-rf/statisticheskie-dannye-po-subektam-rf-za-2016-god> (дата обращения 27.05.2018).
4. Отели города Уфы [Электронный ресурс] // [booking.com](https://www.booking.com). — 2018. — Режим доступа: <https://www.booking.com> (дата обращения 27.05.2018).
5. Отели и гостиницы Уфы [Электронный ресурс] // [tripadvisor.ru](https://www.tripadvisor.ru). — 2018. — Режим доступа: https://www.tripadvisor.ru/Hotels-g298518-Ufa_Republic_of_Bashkortostan_Volga_District-Hotels.html (Дата обращения 27.05.2018).
6. AZIMUT Hotels зажигают сердца [Электронный ресурс] // [Hotelier.pro](http://hotelier.pro). — Режим доступа: <http://hotelier.pro/news/item/1024-azimut/1024-azimut>.
7. Уфимские отели подгоняют сервис для туристов из Китая и исламских стран // Газета «Коммерсантъ». — № 27. — от 17.02.2016. — С. 8.



Алина Евгеньевна ШАТАЛОВА

факультет свободных искусств и наук,
направление «История искусств»
Санкт-Петербургский государственный университет,
vah-alinka@mail.ru

Alina E. SHATALOVA

liberal arts and sciences faculty, art history
Saint-Petersburg State University
vah-alinka@mail.ru

МУЛЬТИПЛИКАТИВНОЕ ВЛИЯНИЕ ЧЕМПИОНАТА МИРА ПО ФУТБОЛУ-2018 НА РАЗВИТИЕ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

Аннотация. В данной статье рассматриваются изменения, произошедшие в Санкт-Петербурге во время подготовки к проведению Чемпионата Мира по футболу — 2018. Нововведения условно разделены на три группы: изменения в сфере гостеприимства, развитие инфраструктуры, возведение построек к началу Кубка Мира ФИФА. В ходе изучения вопроса, автор приходит к выводу, что значительные ресурсы города направлены на удовлетворение потребностей и нужд его гостей.

Ключевые слова: Чемпионат Мира — 2018, Санкт-Петербург, гостеприимство, инфраструктура, развитие, футбольные болельщики.

MULTIPLICATIVE INFLUENCE OF WORLD CUP 2018 ON THE DEVELOPMENT OF HOSPITALITY INDUSTRY OF ST. PETERSBURG

Summary. This article examines the changes that have happened in St. Petersburg during the preparations for the 2018 World Cup. The innovations are conventionally divided into three groups: changes in hospitality, infrastructure development, building construction for the start of the FIFA World Cup. After studying the issue, the author comes to the conclusion that a large percentage of the city's resources are aimed at meeting the needs and needs of its guests.

Keywords: 2018 World Cup, St. Petersburg, hospitality, infrastructure, development, football fans.

Санкт-Петербург считается культурной столицей России. Ежегодно сюда стремятся миллионы туристов. В Северной Пальмире сосредоточено огромное множество музеев, театров, выставочных пространств, парков и памятников архитектуры различных эпох. Петербург по праву считается европейским городом, здесь хорошо развита инфраструктура, построено много научных комплексов и предприятий, торгово-развлекательных центров, школ и университетов. Большое количество ресурсов города направлено на комфорт людей. Неудивительно, что Петербург был выбран одним из мест, где проводятся матчи в рамках Чемпионата мира по футболу — 2018.

Изменения, произошедшие в городе, в связи с подготовкой и проведением чемпи-

оната мира, масштабны. Их можно условно разделить на несколько групп: изменения в сфере гостеприимства; развитие инфраструктуры; возведение специальных сооружений. Рассмотрим их ниже.

1. Изменения в сфере гостеприимства. Санкт-Петербург — город с большим количеством предприятий питания: ресторанов, кафе, пекарен, спорт-баров. В центре города места, где можно провести досуг, находятся практически на каждом шагу. Безусловно, в рамках подготовки к приему большого потока туристов, городские предприятия общественного питания разработали ряд предложений, нацеленных на учет интересов и предпочтений гостей. Так, во многих барах установили большие экраны, на которые будут транслироваться

матчи. В ресторанах Петербурга было разработано специальное меню для иностранных болельщиков, созданное с целью познакомить их с кухней России. Однако, известно, что многие люди консервативны и предпочитают кухню своей страны. Поэтому, владельцы ресторанов разработали меню с национальной кухней каждой страны-участницы Чемпионата. Так, в 2017 году прошел конкурс на лучшее «футбольное» меню, во время которого была выявлена степень готовности рестораторов к важному событию. На сайте «Дневник Чемпионата мира по футболу — 2018» (<http://welcome2018.com>), созданном специально к Чемпионату, любой гость города может ознакомиться с огромным списком мест, где он может пообедать или расслабиться с кружкой пива перед экраном проектора (рис. 1).

В рамках Чемпионата Мира для иностранных гостей города с паспортом болельщика открывают безвизовый въезд в Россию. Это обеспечит большой поток туристов, так как получение Российской визы занимает долгое время. Кроме того, для болельщиков действует безвизовый транзитный проезд через территорию Белоруссии.

Также, правительством был разработан сайт с информацией конкретно по всем особенностям проведения мероприятий чемпионата в Санкт-Петербурге [1]. На рисунке 2 представлен скриншот сайта. Оба сайта очень удобны для иностранных туристов. В удобном режиме, с крайне понятной навигацией, можно забронировать отель, предварительно ознакомившись с описанием и отзывами, посмотреть, какие достопримечательности можно

посетить, какие интересные места можно увидеть во время пешей прогулки, почитать о галереях, музеях, театрах и прочих местах, где с можно провести досуг. Также, если болельщик путешествует с семьей, на сайтах предоставлен большой список мероприятий для детей.

На время проведения матчей в Петербурге появится большее точек проката велосипедов, а также новых туристических вело-маршрутов. Если гость города имеет паспорт болельщика, то процедура аренды велосипеда будет значительно упрощена.

В процессе подготовки к Кубку Мира ФИФА эксперты центра контроля качества в сфере гостиничного бизнеса обратили внимание на большое количество отелей Санкт-Петербурга. С января 2017 года вступил в силу федеральный закон, обязывающий каждый отель города пройти классификацию перед началом Чемпионата Мира. В список вошло 126 отелей, хостелов и гостевых домов, которые объединили в группы в соответствии с уровнем предоставляемых ими услуг. По закону, владельцы гостиниц не имели права устанавливать для гостей города слишком высокие цены на проживание. В связи с этим, после ряда проверок, 83 петербургские гостиницы были арестованы за завышение цен и были лишены лицензии на размещение туристов [2].

При подготовке к ФИФА-2018 был создан общественный проект «Город готов», направленный на объединение усилий исполнительных органов государственной власти Санкт-Петербурга, бизнес-структур, общественных

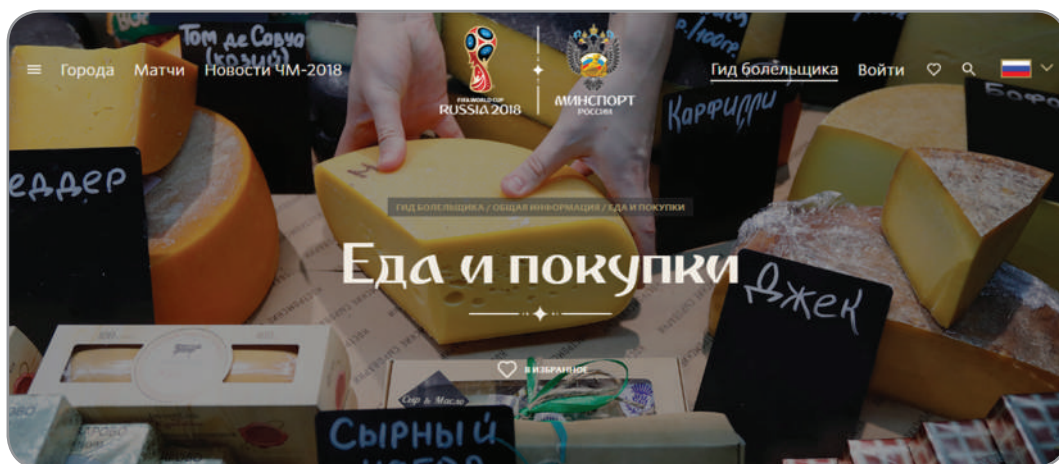


Рис. 1. Скриншот сайта «Welcome2018.com» — «Дневник Чемпионата мира по футболу — 2018»



Рис. 2. Титульная страница сайта города-организатора Санкт-Петербурга к Чемпионату мира по футболу FIFA 2018 в России™

организаций и местных жителей в решении вопросов социально-экономического и культурного развития города. Проект направлен на подготовку заведений общественного питания для туристов, создание пространств для болельщиков в разных частях города, организацию уличных развлекательных выступлений различных творческих коллективов и многие другие мероприятия. До начала первого матча организован фестиваль болельщиков ФИФА, который будет проходить в самом центре города — на Конюшенной площади. Во время ЧМ-2018 футбольный фестиваль смогут посетить до 15 000 человек в день [2].

Более того, были открыты 12 информационных центров для гостей города, которые разместили в самых оживленных туристических местах Петербурга: возле достопримечательностей, таких как Эрмитаж, Исаакиевский собор, Петропавловская крепость, а также в аэропорту «Пулков» и в терминале пассажирского порта «Морской фасад». Также, для безопасности туристов создан Call-центр с единым номером — 112, на который они смогут звонить при чрезвычайных ситуациях, даже если у них отсутствуют деньги на телефоне или сим-карта.

2. Развитие инфраструктуры. Власти начали готовить город к Чемпионату мира заблаговременно. Так, сооружение развязки на пересечении Пулковского шоссе с Дунайским проспектом, чтобы разгрузить дорогу в городском направлении и к аэропорту, можно отнести к изменениям в рамках подготовки к Мундиалю. Также, долгожданной стала постройка и открытие одной из частей Западного

скоростного диаметра, соединяющего набережную Макарова с Васильевским островом (для возможности добираться до стадиона «Санкт-Петербург»), создание пешеходного моста в створе Яхтенной улицы, что позволит пропустить к стадиону и от него до 24 тысяч человек в час. Более того, было принято решение реконструировать соединяющий Петроградский и Василеостровский районы Тучков мост, который долгое время находился в плачевном состоянии. К Чемпионату мира — 2018 построили новые станции метро: «Беговую», а также «Новокрестовскую», которая расположилась у подножия главного стадиона города. «Новокрестовская» станция стилистически соотносится с обликом западной стороны Крестовского острова: сделанная из стекла и камня, она такая же футуристична, как и стадион, напоминающий летающую тарелку. В дни проведения поздних футбольных матчей петербургское метро будет работать дольше обычного, а на вокзалах города установят напольные сенсорные терминалы, которые будут передавать информацию в официальный туристский портал и портал для болельщиков.

Также, для удобства болельщиков в дни проведения матчей будут запущены бесплатные шаттлы, курсирующие от разных станций метро к стадиону за три часа до начала матча с интервалом движения в 10–15 минут. Для бесплатного проезда гости города должны иметь на руках билет на матч и паспорт болельщика. Навигацию болельщиков на территории парка будут обеспечивать волонтеры и специально изготовленные информационные указатели.

Изменения коснулись и графика разводки мостов, который был скорректирован для обеспечения транспортного сообщения между Петроградским и Центральным районами города до 3-х часов ночи. Во время матчей, которые будут проходить в Петербурге, в Петроградском районе изменят схему и ужесточат правила парковки, а проезд на Крестовский остров будет возможен только для спецтранспорта. Безусловно, у жителей города данные изменения вызывают недовольство, и как показывает статистика, многие Петербуржцы стремятся покинуть город на период проведения матчей.

3. Возведение специальных сооружений и построек к началу Кубка Мира ФИФА. Самой масштабной постройкой можно назвать стадион Санкт-Петербург (известный многим как Зенит-арена), хотя он был заложен до того, как стало известно, что некоторые матчи будут проведены на территории города. Но так как одной из задач застройщика было завершить проект до начала Чемпионата мира — 2018, то его можно отнести к этой группе. Также, более 200 миллионов рублей было выделено городу на возведение временных построек и на мероприятия, связанные с Мундиалом: поставку, монтаж и демонтаж строений.

Таким образом, можно утверждать, что Санкт-Петербург полностью готов к приему туристов. На время Чемпионата Мира, ресурсы города направлены преимущественно на удовлетворение потребностей его гостей. Можно сказать, что власти города не пытаются

себя обогатиться как можно сильнее за счет потока туристов, а наоборот, ведут политику, направленную на защиту их интересов. Такая тенденция прослеживается и в сфере гостеприимства, к которой можно отнести гостиницы, рестораны, развлекательные мероприятия, информационные офисы для болельщиков; и в развитии инфраструктуры, что отображается в создании комфортных и безопасных условий в городе в период пребывания большого потока людей; и в постройке сооружений для удобства гостей Петербурга. В изменениях, произошедших в нашем городе, много положительных сторон: создание собственного сайта с основной информацией о досуге различных видов, а также о популярных достопримечательностях города, классификация отелей, направленная на улучшение качества обслуживания и соотношения цены и качества. Более того, это создание новых развязок, дорог, пешеходных мостов, что останется в городе и после окончания Чемпионата Мира.

Согласно статистике, большое количество жителей Петербурга довольно тем фактом, что в их городе будут проходить матчи Кубка ФИФА, они дают положительную оценку многим изменениям, произошедшим к Чемпионату Мира. Однако жители близлежащих к стадиону и к центру города района отмечают тот факт, что из-за временных перекрытий будет сложнее добраться в нужное им место, в связи с чем пытаются временно покинуть город.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Чемпионат мира по футболу FIFA 2018 в России™ // Город-организатор Санкт-Петербург. URL: <http://spb2018.com> (дата обращения: 08.06.2018).

2. Мероприятия в Санкт-Петербурге во время Чемпионата Мира по футболу 2018 в России. URL: <http://ideagram.ru/meropriyatiya-v-spb-fifa-world-cup-russia-2018> (дата обращения: 08.06.2018).

3. Ограничения движения транспортных средств в связи с проведением Чемпионата мира по

футболу 2018 года. Официальный сайт администрации Санкт-Петербурга. URL: https://www.gov.spb.ru/gov/otrasl/tr_infr_kom/ogranicheniya-dvizheniya-transportnyh-sredstv-v-svyazi-s-provedeniem-c/ (дата обращения: 07.06.2018).

4. На время ЧМ-2018 в Петербурге скорректируют график разводки мостов // электронная газета Коммерсант.ru. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3644747> (дата обращения 09.06.2018).

РАЗДЕЛ III

ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ ИНДУСТРИИ СЕРВИСА, ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА



Майя Алексеевна КОРОЛЕВА

магистрант, программа «Управление гостиничным бизнесом»
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
Korolevamaya@gmail.com

Maya A. KOROLEVA

Master student, program Management of Hotel Business
Saint-Petersburg State University of Economics
Korolevamaya@gmail.com



Наталья Борисовна КУЩЕВА

к.т.н., доц.
кафедра гостиничного и ресторанного бизнеса
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
nkushcheva@yandex.ru

Natalia B. KUSHCHEVA

PhD, Docent
Department of Hotel and Restaurant Business
Saint-Petersburg State University of Economics
nkushcheva@yandex.ru

ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА ТУРИЗМА И СФЕРЫ УСЛУГ КАК «ПРОРЫВ В БУДУЩЕЕ»

Аннотация. Цифровая экономика и ее появление подвергается особому вниманию, в связи с резким ростом и развитием информационных технологий. Основная цель данной статьи заключается в том, чтобы показать и доказать влияние цифровой экономики на туристическую отрасль посредством интернета и веб-технологий.

Ключевые слова: цифровая экономика, туризм, гостиницы, информационные технологии.

BREAKTHROUGH TO THE FUTURE — DIGITAL ECONOMY IN THE TOURISM AND HOSPITALITY SECTOR

Summary. The broad arc of near-term automation is full of challenges, but also full of potential. There are incredible opportunities for the travel industry to turn the expected economic growth of digital automation into a more prosperous and human-first experience. Success in the era of digital automation depends largely on adaptability. The main purpose of this article is to show and to prove the digital economy effects on tourism industry through Internet, Web and other innovative technologies.

Keywords: Digital economy, digitalization, internet, web technologies, tourism, hospitality.

Цифровая экономика — новый механизм, охватывающий все сферы жизни общества, экономики, бизнеса, социальной сферы и туризма. Цифровая экономика — это модель управления хозяйством, построенная с использованием компьютерных технологий, которая позволяет вывести на новый уровень повседневную жизнь человека, производственные отношения, структуру экономики, образование.

Программа «Цифровая экономика» была утверждена распоряжением Правительства РФ №1632-р от 28 июля 2017 года [1]. Программа рассчитана на срок до 2024 года и ее целью является ускорение цифровой трансформации Российской Федерации. Основными направлениями развития в рамках программы является ликвидация правовых барьеров на пути внедрения инновационных технологий, создание опорной инфраструктуры для цифровой экономики. Уже имеющиеся технологические и интеллектуальные ресурсы помогают осуществить рывок в развитии цифровой экономики. Россия не должна отстать в гонке за новыми технологиями [5].

Летом 2017 года российское правительство утвердило систему реализации программы цифровой экономики в стране, целью которой является формирование полноценной цифровой среды. По мнению властей, именно «цифровизация» экономики позволит России решить вопрос глобальной конкурентоспособности и национальной безопасности.

Путешествия и туризм на всех уровнях являются ключевыми факторами экономического роста, особенно в странах с развивающейся экономикой [7]. Туристская отрасль всегда готова подхватить волну обновлений для саморазвития и усиления своей конкурентоспособности, особенно сейчас, во времена ожесточенной борьбы за гостя.

При своем желании в расширении и развитии сферы услуг туристической отрасли за 15 лет гостиничный бизнес претерпел колоссальное обновление за счет развития цифровых технологий. Автоматизация гостиниц, онлайн бронирования, гаджетизация, электронные меню, кабельное телевидение, беспроводной интернет, экологическое распределение и подача света и энергии, online check in и check out, цифровые ключи, роботизация и многое другое. Из этого следует, что туристские компании уже давно активно используют «digital» (анг. цифровые преобразования)

и имеют от этого огромную прибыль за счет оптимизации издержек и усовершенствования гостиничных процессов, добиваясь повышения качества обслуживания, притока потенциальных клиентов и повышения экономической ситуации данной отрасли [2].

В индустрии сервиса, гостеприимства и туризма, новый продукт представляет собой важный источник выживания, развития и роста. В этом смысле разработка инноваций и есть стратегическое оружие как гостиничных цепей, так и независимых гостиниц. В настоящее время отсутствует стандартизированное определение инноваций, которое бы объединяло все нововведения. Инновация в сфере услуг может быть определена как: новая концепция сервиса, новые каналы связи с клиентами, новые системы распределения и технологические решения, которые чаще всего совместно изменяют предложение услуг на рынке, обновляют функции фирмы и требуют структурно новых организационных, технологических и человеческих возможностей фирмы [4].

Многие гостиничные предприятия изо дня в день активно внедряют и используют разные виды инноваций, на которых они зарабатывают и экономят. Но потребитель, также продвигается по спирали времени, возвращая свои запросы, повышая уровень требований и то, что вчера было новым и актуальным, сегодня может стать забытым старым. Именно поэтому переход к цифровой экономике туристскими предприятиями, даст им новый толчок к совершенствованию. Основываясь на анализе РБК, уже в 2017 году, гостиничный бизнес обладал большим потенциалом автоматизации, по сравнению с другими отраслями, рассматривая уже имеющиеся технологии. Наглядное сравнение потенциала автоматизации можно видеть на рисунке.

Цифровая экономика в сфере туризма ставит вопрос не только об обеспечении денежного благополучия самого предприятия и отрасли, но и о том, что технологические инновации приведут к денежным поступлениям в экономику страны. Правило Парето гласит, что лишь 20% клиентов дают 80% прибыли, остальные же зачастую тратят время персонала, при этом, не принося особых доходов. Это правило справедливо для тех предприятий, которые за счет инновационных технологий, оптимизируют работу гостиниц за счет замены персонала гаджетизированными услугами и устройствами. Уже сейчас прило-



Потенциал автоматизации процессов производства в сфере сервиса, туризма и гостеприимства

жения отелей для гостей отслеживают нахождения гостя рядом с отелем, и отправляют уведомления о готовности номера прямо на мобильные телефоны гостей, актуальны чаты с сотрудниками отеля при возникновении необычных запросов и вопросов, на которые не может ответить сайт или приложение отеля.

Первый полностью роботизированный отель принял первых гостей в июле 2015 года в Японии <https://masterok.livejournal.com/2568307.html>, где весь персонал, от консьержа до посыльного — роботы. То, что еще сейчас кажется невозможным уже используется в этом отеле: оплата по отпечаткам пальцев, вход в номер по идентификации лица. Уже сейчас отель планирует расширение номерного фонда в 2 раза, что подтверждает его успешность. Вслед за самой технологично страной, роботизация добралась и до ряда других стран.

В тот же год был запущен проект Робот-бармена, в Hard Rock Hotel & Casino Biloxi, который уже несколько лет успешно готовит коктейли для гостей, заказ осуществляется через приложение, которое предлагается гостям при заселении.

Позднее, в 2016 году в отеле Hilton McLean Tysons Corner приступил к работе первый робот-консьерж. Так же гостиницы Hilton с 2015 года используют на практике «Digital Key».

На сегодняшний день, цифровизация туристского бизнеса на территории Российской Федерации практически, наблюдается только в некоторых отелях, проявляется же в установке Led-телевизоров с функцией «тачскрин», через которые возможно заказать услуги питания в номер, вызвать персонал в номер, связаться с ресепшен и регулировать освещение в номере и приложения-консьержи.

Говоря о цифровизации инфраструктуры и транспорта, мы можем наблюдать легкий доступ к бесплатному WI-FI практически в любой точке Санкт-Петербурга, чем еще не может похвастаться Европа. Wi-Fi и GPS предоставляет возможность легкого отслеживания общественного транспорта как online так и на самих остановках, что уже давно используется в большинстве как развитых, так и не развитых стран Европы.

Следующим этапом развития городского транспорта будет беспилотный транспорт. На сегодняшний день, использование и тестирование таких автобусов, под постоянным контролем оператора, происходит на территории аэропорта, «Сколково», с планами на дальнейшее использование в парке Горького и ВДНХ, в гостиничных комплексах Олимпийского парка — объектах с большой площадью, где нельзя использовать личный. В то время как с 2011 года в аэропорту Хитроу работает 21 транспортное средство, доставляющее путешественников до терминалов, а в Нидерландах и Греции беспилотные автобусы уже выпущены на городские улицы.

Так как на российском рынке «digital» продукт находится в активной стадии разработки, это и доказывает актуальность и необходимость в реализации основной цели программы цифровой экономики, ведь будущее стоит за новыми технологиями [6].

По итогам проведенного анализа цифровых инноваций в туризме и гостиничном бизнесе, как часть цифровой экономики, можно сделать вывод о том, что, не смотря на наличие внешних и внутриорганизационных препятствий, у туризма есть хорошие перспективы развития за счет развития инновационной

среды в РФ за счет программы «Цифровая экономика» и ее государственных и частных инвестиций.

Инновации в туризме рассматриваются как перманентный, глобальный и динамический процесс развития. Развитие и инновация туристской сферы в своем единичном усовершенствовании не даст развития цифровой экономики страны, так как она является укладом жизни и всех ее сфер [2]. Но разработка инноваций и их внедрение, приведет к развитию определенных ее регионов, привлечению иностранного туристического интереса и иностранного капитала, что будет подпитывать конкуренцию, рост и развитие туристического бизнеса и сферы услуг в целом, открывая воз-

можность новым горизонтам и технологическим инновациям, запуская процесс непрерывного развития, особенно сейчас, когда государство нацелено на поддержание развития отрасли инновационных технологий за счет развития сфер государственного управления, экономики, бизнеса, туризма, науки, социальной сферы всего общества. Вышесказанное приведет к тому, что цифровая экономика станет основой для реформ в масштабах всей страны и даст огромный рывок для развития туристской и гостиничной деятельности, при этом параллельно затрагивая каждую компанию и каждого гражданина, и туриста, поднимая страну на новый уровень мировой конкурентоспособности.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Распоряжение Правительства РФ №1632-р. «Об утверждении программы «Цифровая экономика РФ». Москва. от 28 июля 2017 г.
2. Иванова М.А. Experience meetings — технологии будущего для поколения миллениума. В сборнике: Вестник индустрии гостеприимства международный научный сборник. Санкт-Петербург, 2016. С. 106–111.
3. Казарян К. Капустинский Я. Цифровая экономика: биты не пахнут. Журнал №1(17) ФЕВРАЛЬ-МАРТ 2016. 102с.
4. Кушева Н.Б. Технологии и инновации для модернизации предприятия общественного питания. В сборнике: Актуальные проблемы экономики, управления и образования в сфере рекреации и туризма Сборник научных трудов. Санкт-Петербург; Москва, 2015. С. 56–62.
5. Фадеичев С. Экономика и бизнес. Цифровая экономика даст России шанс на рывок в будущее. URL: <http://tass.ru/ekonomika/4390974> (Дата обращения 28.03.2018)
6. Digital Transformation Initiative. Aviation, Travel and Tourism Industry. In collaboration with Accenture. 2017. 40 p.
7. Kelly A. McGuire, Jeannette Ho. Hotel Pricing in a Social World: Driving Value in the Digital Economy. Canada. 2016. 352 p.



Анатолий Александрович КЛЕЙМАН

д. э.н., профессор
кафедра экономики и предпринимательства
Институт правоведения и предпринимательства
aklejman@yandex.ru

Anatoly A. KLEIMAN

PhD in Economics, Prof.
Professor of the Department of Economics and entrepreneurship,
Institute of law and entrepreneurship
aklejman@yandex.ru



Ольга Анатольевна БАБАНЧИКОВА

к.э.н., доцент
заведующая кафедрой туристского бизнеса
Санкт-Петербургский государственный
университет промышленных технологий и дизайна,
babaolga@rambler.ru

Olga A. BABANCHIKOVA

PhD, Associate Professor,
Head of the Department of tourism business
Saint-Petersburg State University of industrial technology and design
babaolga@rambler.ru

**О ВНЕДРЕНИИ ЦИФРОВЫХ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
И АВТОМАТИЗАЦИИ УПРАВЛЕНИЯ В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ
ГОСТИНИЧНОГО И РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА**

Аннотация. На основе анализа процессов, происходящих в сфере гостиничного и ресторанного бизнеса, в статье рассматриваются основные тенденции развития отрасли, связанные с компьютеризацией бронирования номеров, автоматизацией производственных процессов и предоставляемых услуг. Рассмотрен мировой и отечественный опыт внедрения современных технологий в сферу гостеприимства. Авторы анализируют влияние инновационных технологий на снижение издержек производства, повышение качества обслуживания и конкурентоспособности отелей в динамично меняющейся ситуации на рынке туристских, гостиничных и ресторанных услуг. Сформулированы предложения по внедрению инновационных технологий в российских отелях.

Ключевые слова: гостиничный и ресторанный бизнес, инновационные технологии, компьютеризация, автоматизация, управление гостиничным бизнесом.

**INTRODUCTION OF DIGITAL TECHNOLOGY INNOVATION
AND AUTOMATION OF MANAGEMENT ACTIVITY
OF THE HOTEL AND RESTAURANT ENTERPRISES**

Summary. Based on the analysis of the processes taking place in the field of hotel and restaurant business, the article discusses the main trends in the development of the industry associated with the computerization of room reservation, automation of production processes and services. The world and domestic experience of introduction of modern technologies in the sphere of hospitality is considered. The authors analyze the impact of innovative technologies on reducing production costs,

improving the quality of service and competitiveness of hotels in the dynamically changing situation in the market of tourist, hotel and restaurant services. The proposals for the introduction of innovative technologies in Russian hotels are formulated.

Keywords: Hotel and restaurant business, innovative technologies, computerization, automation, hotel business management.

В связи с увеличением мирового туристского потока и ростом спроса на услуги отелей сфера гостеприимства неуклонно развивается, растёт и совершенствуется, в гостиничном и ресторанном бизнесе активно внедряются цифровые инновационные технологии, связанные с автоматизацией управления и обслуживания постояльцев в отелях. Использование нововведений продиктовано стремлением представителей гостиничного бизнеса ускорить окупаемость инвестиций, повысить эффективность управления и загрузку отеля, обеспечить стабильный рост прибыли и конкурентоспособность предприятия.

Отели стали довольно быстрыми темпами переходить от традиционного обслуживания клиентов к компьютеризованному и активно внедряют цифровые технологические новинки. Инновации позволяют предложить клиентам более гибкий, уникальный и персонализированный вид обслуживания. Кроме того, в отельном бизнесе усиливается влияние мобильных технологий, увеличиваться доля самостоятельного бронирования и оплаты услуг с помощью мобильных устройств. Но остаются и традиционные отели, которые не испытывают недостатка в лояльных клиентах, и у которых бизнес основан, прежде всего, на хорошей репутации и высокой культуре обслуживания.

Актуальность изучения и анализа проблем, связанных с внедрением в гостиничный бизнес самых современных компьютерных технологий и автоматизированных систем управления, обусловлена тем, что с этим процессом связано будущее динамично развивающейся отрасли экономики и выживаемость предприятий гостеприимства в условиях обостряющейся конкурентной борьбы и активного проникновения цифровых технологий во все сферы жизни и деятельности людей.

В настоящее время проблема внедрения цифровых инновационных технологий и автоматизации управления в деятельность предприятий гостиничного бизнеса в научной литературе исследована недостаточно, так как её решение требует участия специалистов самых

разных отраслей науки и практики. Кроме того, отдельные положения, выводы и рекомендации опубликованных работ быстро устаревают, так как технологии и тренды гостиничного бизнеса изменяются опережающими темпами: вчера что-то было современным и инновационным, а уже завтра все это превращается в обыденность.

Основной вклад в разработку общетеоретических и практических проблем развития гостиничного бизнеса внесли такие зарубежные ученые как Дж. Р. Уокер [16], Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз [9] и др., а также отечественные исследователи Е. Б. Доброжанская [4], И.Ю. Ляпина [11], Г.А. Папирян [12], А.Д. Чудновский, М. А. Жукова [19] и др. Анализ опубликованных работ позволяет прийти к выводу о том, что они в основном косвенно раскрывают теоретические и методологические аспекты управления инновационной деятельностью и развитием гостиничных предприятий на основе автоматизации и внедрения цифровых технологий. Авторы статьи также неоднократно обращались к этой проблеме [6;8;5;7].

Особый интерес представляют публикации, в которых рассматриваются тренды технологических инноваций, способные привести к коренным изменениям в туризме и гостиничном бизнесе. Так в опубликованном недавно технологическом прогнозе ведущего поставщика технологий для мировой индустрии туризма и путешествий *Sabre Corporation* оцениваются **девять инноваций**, которые могут оказать серьезное влияние на все сферы жизни и бизнеса, включая туризм и индустрию гостеприимства. «Сегодня мы находимся в самом эпицентре масштабных технологических изменений, способных коренным образом повлиять на то, как и куда мы будем путешествовать. Такие направления как *искусственный интеллект, нейроинтерфейсы, квантовые вычисления* несут в себе колоссальный потенциал и могут повлечь за собой перемены, сопоставимые по масштабу с развитием Интернета» [3]. Рассмотрим более подробно эти инновации.

1. Внедрение машин с *искусственным интеллектом*, которые выступают в роли способных помощников, отлично выполняющих конкретного рода задачи, таким образом, люди и машины будут работать коллективно.

2. Потенциал технологии *дополненная реальность* заключается не только в том, чтобы сделать информацию повсеместной и доступной, но и в создании способов более глубокого взаимодействия людей с миром и друг с другом.

3. Технология *автономная доставка* предусматривает применение дронов-курьеров, способных доставить заказ в любую точку, автономных чемоданов и роботов-портье, которые будут следовать за владельцем, значительно упрощая поездки.

4. Технология *блокчейн* позволяет решить проблему надежного распределенного хранения записей, которую называют *«Интернет доверия»*. Многие компании стремятся с ее помощью преобразовать различные сферы бизнеса, госуправления, торговли и культуры. В будущем эта технология может значительно повлиять на правила игры во всех секторах экономики, включая туризм и гостиничный бизнес.

5. Технология *нейроинтерфейсы* предполагает обмен информацией между мозгом человека и электронным устройством и наверняка получит свое развитие в недалеком будущем и позволит управлять предметами и посылать мозгу информацию, например, о GPS-маршруте.

6. *Квантовые вычисления* позволяют быстро обрабатывать огромные массивы данных, объем которых с развитием технологий будет постоянно расти.

7. Прогресс в области *космического туризма* позволит очень быстро доставить туриста в любой уголок Земли. Конкуренция в этом сегменте продолжит усиливаться.

8. Технологии *«достоверность присутствия»* — эти технологии биометрии и распознавания лиц для идентификации и подтверждения личности, *которые* позволяют совершать покупки без использования наличных денег и кредитных карт, прохождение контроля безопасности в аэропорту без предъявления паспорта.

9. С развитием технологии *«виртуальная реальность»* к доступным сегодня визуальным и аудио-эффектам будут добавлены тактильные ощущения, чтобы пользователь мог максимально полно погрузиться в виртуальный мир. Конечно, виртуальная реальность не смо-

жет заменить настоящее путешествие, а скорее будет вдохновлять людей на новые открытия, стимулировать интерес к путешествиям.

«Следующее поколение будет жить, работать и отдыхать уже в совершенно новых условиях. Перед бизнесом отрываются огромные возможности, и сейчас можно начинать экспериментировать и внедрять технологии блокчейн, дополненной реальности, достоверного присутствия, чтобы сделать путешествия еще более комфортными, безопасными и персонализированными»[3]. Некоторые из названных технологических трендов в какой-то мере уже сегодня применяются в туризме и индустрии гостеприимства.

Аналитики отмечают несколько *тенденций*, которые проявляются в мировой индустрии гостеприимства в настоящее время.

В о - п е р в ы х, это расширение круга клиентов и диверсификация услуг с использованием новых локальных сервисов. Например, в 2017 году компания *AccorHotels* запустила приложение, позволяющее людям, живущим вблизи отелей, получить доступ к местным услугам. Это приложение дало возможность владельцам гостиниц предоставлять различные услуги людям, не являющимся гостями их отелей, в том числе, доставку букетов и продуктов, занятия йогой, прокат автомобилей. Этот шаг позволит компаниям выйти за пределы только отельной тематики.

В о - в т о р ы х, значительное увеличение в туристическом и отельном бизнесе мобильных платежей. Это позволило существенно облегчить транзакции для онлайн-бронирования отелей.

В - т р е т ь и х, растёт значение индивидуализации услуг. Индустрия гостеприимства в последние годы старается заранее изучить потребности гостей, чтобы грамотно составить меню услуг. Для этого активно используются мобильные приложения и программы лояльности.

В - ч е т в ё р т ы х, использование специальных программ, выполняющих автоматически и/или по заданному расписанию какие-либо действия через интерфейсы, предназначенные для людей, например, *чат-боты**. Этот удобный инструмент позволяет путешественникам детально ориентироваться в регионе просто путем геолокации.

* Чат-бот — это виртуальный собеседник (англ. chatterbot), компьютерная программа, которая создана для имитации речевого поведения человека при общении с одним или несколькими собеседниками.

В - п я т ы х, оборудование «умных» и вел-несс* номеров. В «умном» номере отеля используется голосовая активация и Интернет команды. Вот лишь некоторые из функций: посредством подключенного планшета регулировать свет и музыку в комнате, закрывать занавески, наклонять спинку кровати и управлять аудиовизуальным оборудованием. Также к услугам гостей светодиодное освещение с датчиком движения, вспомогательные средства, способствующие лучшему сну [18].

Информационные технологии в гостиничном бизнесе постепенно охватывают все отельные структуры. Этому способствует наличие *Wi-Fi* практически в каждой современной гостинице, а также специальные устройства, обеспечивающие клиентам доступ к информационной системе по *Bluetooth*.

Компьютеризация гостиниц обеспечивает не только расширение и повышение качества и ассортимента предоставляемых услуг, но и *дигитализацию управления* сложным организмом гостиницы. Современные инновации стоят дорого, однако владельцы отелей все равно покупают их, потому что только так можно обеспечить собственное выживание на рынке. Одной из самых популярных ныне разработок является электронное управление гостиницей — для отеля под заказ создается специализированная система, к которой подключаются все сотрудники. С помощью веб-ресурса они могут:

- получать всю необходимую информацию об отеле в любой момент;
- в режиме онлайн видеть все происходящие в нем изменения;
- бронировать номера для гостей;
- получить доступ к максимально широкому комплексу каналов продаж.

Особенно такие системы актуальны для отелей, которые в «высокий» сезон сталкиваются с интенсивным бронированием номеров и с трудом успевают реагировать на поступающую информацию. Впрочем, такое управление осваивает все больше гостиниц, и в будущем информационные технологии в гостиничном бизнесе будут разрабатываться даже для небольших отелей.

* *Велнес* (англ. *Wellness*, от *be well* — «хорошее самочувствие» или «благополучие») — концепция здорового образа жизни, основанная на сочетании физического и ментального здоровья, здорового питания, разумных физических нагрузок и отказа от вредных привычек.

Основные элементы автоматизированной системы управления гостиницей представлены на рис. 1.

Сейчас трудно представить себе современный отель без автоматизации системы управления, где процесс оформления заселения и выселения проводится на ресепшен вручную, очень медленно, и гости вынуждены тратить время на ожидание в очереди.

В современных отелях применяются различные автоматизированные системы. Среди них:

- 1) система управления гостиницей, отелем (*PMS — Property management system*) — ядро любой учетной системы гостиницы, отеля;
- 2) системы управления точками продаж (*POS — Point of Sale*). К точкам продаж относят терминалы в ресторанах, лобби, спа и т. д.;
- 3) системы планирования ресурсов (*ERP-Enterprise Resource Planning*). К таким системам в гостинице относятся системы калькуляции службы питания и системы управления товарными запасами гостиницы; финансовые системы;
- 4) бухгалтерские системы [17].

Рассмотрим эти системы более подробно.

1. Система управления гостиницей, отелем (*PMS*). К основным функциям системы управления гостиницей, отелем относят следующие:

- управление номерным фондом;
- бронирование номеров и дополнительных услуг;
- размещение гостей в номерах;
- распределение работ горничных;
- ведение взаиморасчетов с гостем и контрагентом, агентом;
- прием оплат с использованием фискального регистратора и банковских карт;
- система лояльностей гостей гостиницы, отеля (дисконтные, накопительные карты гостей);
- отчетность по деятельности гостиницы, отеля.

К *дополнительным*, но зачастую очень важным функциям относят:

- управление системами электронных замков;
- управление онлайн бронированиями;
- управление телефонией гостиницы, отеля;
- управление системой телевидения гостиницы, отеля;
- бронирование ресурсов (залы, оборудование, ресурсные услуги);
- начисление услуг из внешних систем (ресторан, спа, услуги интернет, телефонии, минибары, пр.);



Рис. 1. Схема элементов автоматизированного управления гостиницей

- CRM — система взаимоотношениями с клиентами;
- возможность работы в рамках сети гостиниц, отелей;
- возможность ведения санаторно-курортного лечения.

Как правило, PMS в гостинице, отеле является ядром оперативных учетных систем, которое собирает и хранит детализированную

информацию по всем транзакциям и изменениям, происшедшим с тем или иным объектом (гость, бронирование, номер, и т. п.). Качество внедрения PMS — это основополагающие обслуживания гостей.

В настоящее время рынок представлен десятками различных PMS — от облачных PMS, до систем с применением командной строки (таблица 1).

Таблица 1

Характеристика программ для гостиниц, отелей, баз отдыха [13]

Название программы	Краткая характеристика
HotelCloud	Облачный сервис для гостиниц. Удобная таблица бронирования позволяет оперативно отслеживать состояние номерного фонда и управлять заселением/выселением гостей. База данных заказов и информации о гостях позволяет эффективно управлять взаимоотношениями с клиентами и агентами.
МаксиБукинг	Простое и удобное решение для комплексного управления отелем. Позволяет вести учет размещения, используя различные каналы продаж в одном месте: программой могут одновременно пользоваться сотрудники колл-центра, портье в самой гостинице, а также программа автоматически выставляет на продажу доступные номера в онлайн бронирование как на сайте отеля, так и в сторонние системы бронирования.
Контур.Отель	Сервис для управления отелем. Управление номерным фондом, получение броней через Интернет и отчетность в МВД в рамках одного окна.

Продолжение табл. 1

Название программы	Краткая характеристика
PMS Cloud	Облачная система автоматизации гостиниц, хостелов, апартаментов. Позволяет вносить данные о госте, выставлять счета, управлять поселениями и номерным фондом, синхронизироваться со всеми популярными системами онлайн бронирования (booking.com, expedia.com, agoda.com и др.), создать собственную систему онлайн бронирования на собственном сайте, выставлять счета, вести документооборот, формировать отчеты.
Эдельвейс	Автоматизированная система управления гостиницей позволяет автоматизировать все функции службы приема и размещения, бухгалтерскую и управленческую отчетность, консолидировать информацию и предоставлять данные из смежных систем при комплексной автоматизации.
ОТЕЛИКС	CRM-система для гостиниц. Автоматическая обработка заявок с сайта. Блок «дожима» думающих гостей.
Bnovo	Облачная система управления любым средством размещения. Сочетает в себе ряд продуктов: Bnovo PMS, Channel Manager, Модуль онлайн-бронирования. Предназначена для автоматизации обслуживания гостей, управления номерами и тарифами, продажи номеров онлайн. Имеет широкий набор инструментов для контроля финансовой деятельности, отчетов и аналитики, повышения лояльности гостей.
Otelms	Облачная система для отелей, гостиницы. Автоматизирует функции: управление номерным фондом, бронирование номеров, актуализация цен, хранение историй гостей, отчетность. Модуль бронирования для веб-сайта, социальных сетей.
Lite PMS	Онлайн-сервис управления отелем, хостелом, апартаментами. Неограниченное количество категорий и номеров, бронирование по спальным местам. Модуль бронирования для сайта отеля. Сезонные тарифы и скидки. Онлайн-оплата брони банковскими картами, платежными системами. Клиентская база. Статистика и отчета. Многопользовательский режим с гибкой настройкой прав доступа.
1С:Отель	Конфигурация для решения основных задач гостиничного бизнеса. Благодаря модульной структуре продукт легко масштабируется и настраивается под разные типы бизнеса. Решает проблему очередей в больших отелях и позволяет оформить поселение гостя буквально за пару секунд: система на ресепшн мгновенно сканирует QR-код и выдает ключ от номера.
ECVI	Облачная система управления для отелей, апартаментов, хостелов. Предназначена для автоматизации как сетевых отелей, так и отдельных гостиниц. Есть интеграция со смежными системами: сайт отеля, каналы продаж, фискальный регистратор, система миграционного учета, ресторанная система.
WelcomeManager	Онлайн сервис для гостиниц, санаториев, коттеджей, турбаз, мини-отелей, хостелов, апартаментов. Модули для автоматизации продаж, автоматизации бронирования и управления гостиницей и модуль онлайн-продаж номеров для сайта.
KWHotel	ПО для отелей. Удобный календарь бронирования. Расширенная бухгалтерия. Синхронизация бронирования с десятками порталов и турфирм. Есть бесплатная версия.
FlagmanAir	Облачная система управления гостиницей. Имеет весь необходимый функционал для работы отдела бронирования, ресепции. Интеграция с ведущими Channel manager, собственный Booking engine, электронный room service. Адаптивный интерфейс.
jПарус-Отель	Облачная система автоматизации отелей, гостиниц, санаториев, баз отдыха и других заведений гостиничного бизнеса. Основные блоки системы: номерной фонд, тарифы, данные о местах, обратная связь с клиентом, обслуживание, ресепшн.
RNS Web. Reservation	Отраслевая CRM для гостиничного бизнеса. Позволяет автоматизировать процессы, связанные с получением и обработкой заявок на бронирование гостиничных номеров и квартир, формированием единой базы объектов, документооборотом с автоматическим созданием и отправкой на e-mail счетов и актов клиентам, осуществлять все финансовые проводки, создать отчеты для руководства.
Shelter	PMS (Property Management System). Позволяет оформить гостя в течение считанных минут, сделать в целом процесс поселения и выселения быстрым и комфортным как для гостей, так и для персонала гостиницы.

Название программы	Краткая характеристика
Newhotel	Облачная платформа, включающая систему управления гостиничной собственностью (PMS), сеть гостиниц, систему бронирования, точки продаж, магазины и обслуживание покупок, СПА, проведение событийных мероприятий и конференций, гольф, централизованное управление группами гостиниц, а также Интернет-маркетинг и продажи.
YuKoSoft Гостиница	Программа для автоматизации гостиницы, базы отдыха, санатория. Графическое отображение расписания броней и заселений в номерах. Раздельное расписание для посуточных и почасовых броней номеров. Быстрый поиск свободных номеров на необходимый период.
Корс Отель	Профессиональная программа для гостиниц, отелей, баз отдыха. Режим наглядного бронирования номеров, учет заселяющихся лиц, печать формы 1-Г. Возможность использования при посуточной сдаче квартир, апартаментов, коттеджей.

Наиболее предпочтительным при выборе программ является *проектный подход* к внедрению учетных систем, PMS, в частности. При этом подходе заказчиком прописываются четкие требования к системе, анализируются все бизнес-потребности и процессы, которые могут возникнуть как сейчас, так и в будущем. В проекте выделяются требования, в том числе на внедрение PMS в гостинице, отеле. На основе проекта, совместно с выбранным поставщиком программного обеспечения, прописывается техническое задание на внедрение PMS в гостинице, отеле. Это техническое задание будет являться неотъемлемой частью договора на внедрение. Данная процедура будет гарантировать, что в результате отель получит то, что ожидал.

2. *Системы управления точками продаж (POS)* — это в основном *системы управления рестораном*. Часто отдельно рассматривается система управления *спа* гостиницы, отеля, которая, в дополнение к системе ресторана, умеет бронировать ресурсы (массажисты, кабинеты, пр.). Может рассматриваться и отдельная система реализации товаров (магазин), но на практике встречается редко — эти функции, как правило, выполняет система управления рестораном гостиницы, отеля.

Выбор *POS* еще более велик, чем выбор *PMS*. При выборе той или иной системы необходимо отталкиваться от степени их интеграции с *PMS*. А именно:

- возможность проверки баланса гостя в *PMS* гостиницы, отеля;
- возможность начисления на карту гостя гостиницы, отеля;
- возможность начисления на номер гостя гостиницы, отеля;

— возможность использования единого механизма скидок в *PMS* и *POS*.

Как правило, внедрение *POS*-систем осуществляет тот же поставщик, который внедряет *PMS*. Каждый поставщик имеет либо свою *POS*-систему, либо определенный набор систем, с которыми у него выполнена интеграция.

В рамках проекта в обязательном порядке фиксируются все требования к *POS*-системам. Все эти требования в конечном итоге так же прописываются в техническом задании на внедрение учетных систем гостиницы, отеля.

3. *Системы планирования ресурсов (ERP)*. К системам планирования ресурсов (*ERP*) в гостинице, отеле, прежде всего, относят системы калькуляции службы питания, системы управления запасами, включая планирование; финансовые системы, системы управления персоналом, — так называемые управленческие системы гостиницы, отеля. Выбор таких систем не так велик. Тем не менее, этот выбор достаточно сложен. Стоимость *ERP*-систем может отличаться на десятки порядков.

В простейшем случае, который можно и назвать общим для небольших гостиниц, отелей, в качестве таких систем используют *back-office*-системы службы питания. Практически каждая существующая *POS*-система на сегодняшний момент имеет соответствующую *back-office*-систему калькуляции и складского учета. Большинство из них имеют основы финансового учета. Для более крупных гостиниц, отелей возможностей таких систем явно будет не хватать. В них отсутствуют модули бюджетирования, финансового планирования, контроля движения денежных средств, отчетности и др. В таких случаях устанавливают отдельную

ERP-систему гостиницы, отеля, в которой собирают всю информации по деятельности гостиничного комплекса в разрезах, требуемых для качественного финансового учета. Потребности в объеме и функциях *ERP* определяется на этапе проекта.

В случаях отдельного внедрения *ERP*, в обязательном порядке прописывается отдельное техническое задание, которое согласовывается с производителем *PMS*. Когда внедрение *ERP* гостиницы, отеля осуществляется производителем *PMS*, данная часть учета может прописываться в общем техническом задании.

4. *Бухгалтерские системы*. К бухгалтерским системам относятся системы сдачи фискальной отчетности. В общих случаях на сегодняшний момент используются продукты фирмы *1С: Бухгалтерия и ЗУП*, причем в типовых конфигурациях. Это позволит снизить стоимость непосредственно бухгалтерского учета, и высвободить силы для финансового учета; снизить стоимость поддержки. В рамках проекта обязательном порядке прописываются форматы обмена между системами *PMS, POS, ERP* и бухгалтерской системой. Они могут варьироваться в разных гостиницах, отелях [17].

Отдельно стоит обратить внимание на технологию *продвижения услуг гостиницы, ресторана в собственной сети Wi-Fi — flyMenu*. ИТ гостиницы, отеля являются высокобюджетной областью с размытыми понятиями окупаемости. Стоимость программных лицензий и серверного оборудования немалая, хочется понимать, на что и для какой цели будут потрачены деньги.

Следует отдельно рассмотреть проблему *автоматизации работы современных отелей*. *Автоматизация* — это процесс, направленный на применение определенных технических средств, методов и систем управления, с целью уменьшения степени участия человека в процессах, снижение трудоемкости и повышение производительности труда с улучшением качества работы, продукции, услуг [1]. Анализируя высокотехнические новинки автоматизации гостиниц можно выделить несколько основных направлений:

1. *Interactive TV Systems* (система интерактивного телевидения) — система, которая предоставляет пользователю возможность кроме заказа программ и фильмов пользоваться широким спектром сервисов и услуг таких как: органайзер, заказ услуг «*room service*», скоростной доступ

Таблица 2

Стоимость различных модификаций программных продуктов для гостиниц 1С-Рарус: Управление отелем, редакция 2 [14].

Наименование программных продуктов	Стоимость
1С-Рарус: Управление отелем, редакция 2. Основная поставка	36 000 руб. Стоимость аренды от 2 800 руб./мес. за 1 пользователя
1С-Рарус: Управление отелем, редакция 2. Поставка МИНИ	18 000 руб.
1С-Рарус: Управление отелем, редакция 2. Основная поставка на 5 рабочих мест	95 000 руб.
1С-Рарус: Управление отелем, редакция 2. Лицензия на подсистему «Ресторан»	30 000 руб.
1С-Рарус: Управление отелем, редакция 2. Комплексная поставка	60 000 руб.
1С-Рарус: Управление отелем, редакция 2. Комплексная поставка на 5 рабочих мест	120 000 руб.
1С-Рарус: Управление отелем, редакция 2. Дополнительная лицензия на 10 рабочих мест	156 000 руб.
1С-Рарус: Управление отелем, редакция 2. Дополнительная лицензия на 20 рабочих мест	280 000 руб.
1С-Рарус: Управление отелем, редакция 2. Дополнительная лицензия на 50 рабочих мест	570 000 руб.
Технологическое сопровождение 1С-Рарус: Управление отелем, редакция 2 (12 месяцев)	18 000 руб.
Технологическое сопровождение 1С-Рарус: Управление отелем, редакция 2 (6 месяцев)	12 000 руб.
1С-Рарус: Управление отелем, редакция 2. Поставка МИНИ. Технологическое сопровождение (12 месяцев)	9 000 руб.

в Интернет и электронной почты, система информационных сообщений от отеля и тому подобное. Такая система используется в сетях *Hilton и IHG*, при этом редко встречается на территории нашей страны.

2. *Energy Management System* (система управления электроэнергией) — система контроля через центральный компьютер климата в каждом из номеров отеля. Данная система способна автоматически контролировать подачу света, менять температуру в помещениях или активизировать кондиционер. Эта система позволяет *снизить расход электроэнергии минимум на 30%* и уменьшает вредное воздействие на окружающую среду. EMS уже внедрена в отелях сетей *Marriott, Hilton, PanPacific и IHG*.

3. *Connectivity Panel* (выносная панель разъемов/медиахаб) — устройство, с помощью которого гости отеля могут подключать свои технические приборы, например, к телевизору в номере. Эта система очень полезна, в плане повышения комфортности пребывания гостей, поэтому используется во многих отелях мира, однако мало внедрена в нашей стране.

4. *Radio Frequency Identification (RFID)* — дверной замок с радиочастотной идентификацией, при наличии гость имеет возможность попадать как в номер, так и в другие помещения отеля без ключа, а с помощью специальных карточек. Эта система в свою очередь часто используется в гостиницах, где вместо ключей используются специальные карточки, и в иностранных отелях таких сетей как *Huatt, Yotel и IHG* используются более прогрессивные варианты — специальные браслеты, работающих на больших расстояниях, или с помощью мобильного телефона.

Наиболее успешным и эффективным направлением является *диспетчеризация систем жизнеобеспечения гостиницы*. Данная программа наиболее качественно реализована компанией *Siemens* в программно-аппаратном комплексе управления зданием *Desigo*, который служит для автоматизации инженерного оборудования зданий, а именно: отопление, вентиляция, кондиционирование воздуха, освещение, контроль доступа, системы противопожарной сигнализации и тому подобное.

Вся система контроллеров выводит данные на единый центральный диспетчерский пункт. Кроме этого единая схема эксплуатации здания помогает снизить эксплуатационные расходы на работу всех электрических и механических установок.

Стремясь предложить клиентам эксклюзивный сервис, многие гостиницы заказывают разработку эксклюзивных систем, которые существенно расширяют функционал отеля.

На основе проведенного анализа ситуации в отечественном и зарубежном отельном бизнесе, новых трендов, обусловленных *цифровизацией* бизнеса, попытаемся ответить на вопрос, по какому пути в ближайшие годы будет двигаться гостиничный бизнес. Ведь *цифровизация* — это не самоцель, она вызвана желанием снизить издержки, увеличить конверсию бронирования, желанием привлечь клиентов, которых иногда называют «безмолвные» путешественники. «Безмолвные» путешественники не только ищут или бронируют номера через мобильные устройства, но и используют свои *девайсы* для решения большинства проблем во время путешествия, в большой мере зависят от своих планшетов и смартфонов. «Технологии начинают доминировать в обществе. Они играют ключевую роль в работе и на отдыхе. Отельерам нужно играть на опережение и брать новейшие технологии на вооружение. Чтобы не отставать от времени, гостиницы должны предоставлять своим гостям те же технологии, что доступны им дома» [15].

В списке самых инновационных компаний мира, по итогам 2017 года, свои позиции укрепили *гостиничные операторы и онлайн-тревел агентства*. Это очевидным образом свидетельствует о тренде — сдвиге инноваций в сторону сервисных компаний. *Airbnb, Marriott, Expedia и IHG* вошли в список 50 самых инновационных компаний мира 2017-го года, заняв, соответственно, 11, 20, 24 и 44 места. Стоит отметить, что до 2015-го года компании гостиничной индустрии не входили в рейтинг вообще. Компании гостиничной индустрии стали уделять больше внимания четырем составляющим цифровых инноваций, таким как аналитика больших данных, скорость внедрения новых технологий, мобильные продукты и возможности, а также цифровое проектирование — то, что сегодня двигает рынок.

Исходя из проведенного анализа и изучения практической деятельности современных отелей мира, можно назвать на ряд *цифровых инноваций*, которые уже сегодня нашли применение.

В о - п е р ы х, это установка в фойе отелей цифровых киосков (терминалов), которые используются гостями для самостоятельной регистрации, получения информации об отеле

и местных достопримечательностях. Информацию с терминала постоялец отеля может загрузить себе на девайс в виде файла PDF.

Во-вторых, происходит стремительное насыщение цифровыми технологиями номеров в отелях. Например, в номерах отеля *Ruby Sofie Vienna (Вена, Австрия)* к услугам гостей планшет, который загружает в цифровом виде газеты, предоставляет информацию о гостинице и доступ к Интернету, загружает приложение для выезда из номера, отзывы гостей, а также предлагает кнопку для бронирования номера в *Ruby Sofie Vienna* на будущее. В каждом номере гости могут воспользоваться цифровым путеводителем по городу и послушать собственный музыкальный радиоканал отеля. По прибытии в отель гости могут зарегистрироваться самостоятельно. Это позволило гостинице устранить очереди на ресепшен и высвободить у персонала время для более качественного обслуживания постояльцев.

В-третьих, отели внедряют систему *SPG Keyless*, которая даёт возможность постояльцам использовать в качестве ключа от номера мобильный телефон. Они могут приехать в отель и напрямую пойти в номер без регистрации на стойке. Система *SPG Keyless* позволяет постояльцам, установившим на смартфон приложение *SPG*, открывать свой номер, получив сообщение и код.

В-четвёртых, стали активно применяться интерактивные новинки *социальных сетей*, которые позволяют улучшить качество обслуживания клиентов. Некоторые отели устанавливают доступ к социальным сетям прямо в фойе. На табло гостям показывают фото, информируют о событиях, продвигают разные услуги. К примеру, в одном из отелей сети *Marriott*, в фойе, стоит огромный интерактивный цифровой экран и приложение под названием «*Шесть градусов*» (*Six Degrees*). Цель приложения — познакомить между собой как можно больше гостей, которые проживают в гостинице. Таким образом, социальные сети становятся публичными и позволяют гостям связаться друг с другом.

Помимо электронного управления гостиницей, также нуждается во внедрении инноваций и компьютеризации ресторан отеля, который, тесно с ним связан. А качество сервиса и питания в ресторане влияет на общий рейтинг отеля. Компьютеризация ресторана призвана не только автоматизировать управ-

ление предприятием питания, но и предоставить клиентам как можно больше удобств:

- интерактивное меню — посетители пользуются экраном, встроенным в стол, выбирая с его помощью блюда и приглашают официантов;

- экраны-планшеты на столах — пока заказ готовится, посетитель может почитать свежие новости, получить информацию о ресторане и блюдах, заказать такси и т. д.

- сенсорные дисплеи, установленные в холле отеля, которые актуальны для больших гостиниц с несколькими ресторанами. Воспользовавшись ими, гости могут увидеть меню всех точек питания в гостинице, выбрать лучшую из них и заранее просчитать свой средний чек [13].

Вариант оборудования учётной части ресторана представлен на рис. 2.

В отелях, наряду с персоналом, постояльцев начали обслуживать *роботы*. Так в сингапурском отеле *Hotel Jen* два робота размещаются в лобби отеля и находятся в постоянном режиме ожидания для выполнения заданий. На них лежит забота о гостях и обслуживание номеров. Стоит отметить, что это первый международный гостиничный бренд в Азии, в отелях которого используют автономных роботов *Savioke Relay*. Оба робота могут передвигаться беспилотно вокруг отеля с безопасной скоростью, ездить на лифтах, совершать телефонные звонки в номера, кроме того, каждый робот оснащен датчиками, которые позволяют им избежать препятствий на своем пути и эффективно выполнять заказы по всей территории отеля.

Роботы интегрированы с программной системой отеля, в которой отслеживаются заказы постояльцев. Роботы развозят гостям питьевую воду, еду из меню ресторана с полуночи до 6 утра. Стоит отметить, что робот *Savioke* применяется в более чем 70 динамично развивающихся компаниях из разных секторов экономики, включая отели, офисные здания и апартаменты. Начиная с первого коммерческого запуска в 2014 году, роботы-ретрансляторы обслужили уже более 150 000 автономных заказов.

Отели в *России* стремятся развиваться в соответствии с мировыми тенденциями, российские регионы все больше интересуют туристов. По данным Росстата, в 2014 году услугами отелей в России воспользовалось 38,4 млн. россиян, в 2015—49,2 млн., в 2016—54,28 млн.,

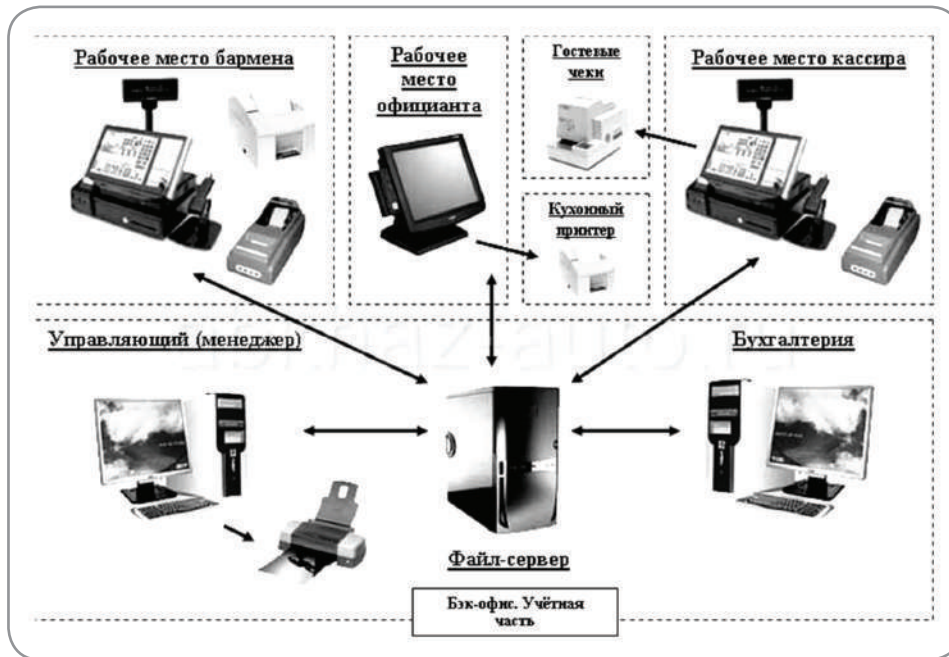


Рис. 2. Схема оборудования учётной части ресторана

а в 2017 году — более 56,8 млн. Это цифры только по жителям России. Отмечен также рост посещения нашей страны и иностранными туристами. В 2014 году в российских гостиницах размещалось 4,6 млн. туристов из-за рубежа, в 2015—5,6 млн., в 2016—6,1 млн., в 2017 году — 6,4 млн. зарубежных туристов [18].

Успешное развитие гостиничного и ресторанного бизнеса в решающей степени зависит от конъюнктуры туристического рынка. По данным Всемирного совета по путешествиям и туризму (WTTC) в 2017 году в туризме по всему миру было создано 7 миллионов новых рабочих мест (всего на сегодня 313 миллионов рабочих мест). Глобальный сектор путешествий и туризма вырос на 4,6%, что на 50% выше, чем в мировой экономике в целом [19]. В 2017 году инвестиции в туризм составили 882 млрд долларов США (4,5% от общего объема инвестиций в мировую экономику). По данным Международной ассоциации воздушного транспорта (IATA) в 2017 году, европейские авиакомпании впервые зарегистрировали рост пассажиропотока на 8,1% и перевезли более 1 млрд. пассажиров.

Согласно общим прогнозам на 2018 год, рост в туризме продолжится, хотя и медленнее, чем в 2017 году в результате роста цен на нефть. Долгосрочный прогноз до 2028 года остается неизменным, со средним ростом на 3,8% в год в течение следующего десятилетия [20].

В России потребители выбирают между отечественными и зарубежными курортами. У нас пока не так много таких мест. Это, прежде всего, Алтай, курорты Северного Кавказа, Сочи, Крым. Некоторые из них, например, Красная поляна, уже соответствуют среднему мировому уровню. Туда уже приезжают и иностранные туристы.

Есть и ряд факторов, которые должны положительно повлиять на состояние туристического и гостиничного рынков. В 2018 году можно ожидать существенный рост внутреннего туризма, учитывая, что в России, в 11-ти городах, пройдет Чемпионат мира по футболу. В этих городах построены новые и проведена реновация существующих отелей различных ценовых категорий, улучшена транспортная инфраструктура, государственными органами проводятся мероприятия по регулированию цен в отелях во время проведения мундиала. Помимо миллиона болельщиков из-за границы, у нас будет еще и приличный внутренний поток.

Указанные факторы, скорее всего, повысят спрос на отечественные отели. Эксперты предполагают, что количество туристов увеличится в России минимум на 6 млн. человек. Таким образом, если в 2017 году объем рынка внутреннего туризма составлял 56,8 млн. человек, то в этом году мы ожидаем 62–63 млн. туристов [2].

Как положительную тенденцию стоит отметить тот факт, что самостоятельные путешественники стали более активно использовать *мобильные устройства* для покупки билетов и бронирования отелей. Мобильный трафик по итогам 2017 года вырос, при этом трафик *desktopной версии** не растет. Наиболее эффективным каналом продаж являются мобильные приложения. Конверсия в покупки у пользователей приложений в 2 раза выше, чем даже через мобильную версию сайтов отелей. Приложениями пользуется лояльная сервису аудитория, больше половины которой совершает 2 и более покупок ежегодно.

В России немало отелей, которые соответствуют мировому уровню, в том числе, и по уровню автоматизации и компьютеризации. Значительный прогресс достигнут при создании гостиничного кластера в Сочи (Роза Хутор), благодаря проведению Зимней Олимпиады в 2014 году и при подготовке к Чемпионату мира по футболу в 2018 году. Некоторые из отелей стали победителями престижных конкурсов. Так оздоровительный комплекс «Сочи Парк Отель» стал победителем престижной премии в 2018 году в номинации «Лучший отель для семейного отдыха в России». Отель является одним из самых больших и популярных курортных комплексов на Черноморском побережье и оборудован в соответствии с мировыми стандартами. Номерной фонд отеля насчитывает 2880 номеров различных категорий, 5 просторных бассейнов под открытым небом, спортивные сооружения, а также торгово-развлекательную зону [10].

Выводы. Проведённое исследование позволяет сделать вывод о том, что *компьютеризация* гостиничного и ресторанного бизнеса — это основной тренд их развития. Мы живем в условиях перехода к цифровой экономике. Многие зарубежные и отечественные отели

стали довольно быстрыми темпами переходить от традиционного обслуживания клиентов к компьютеризованному и активно внедряют технологические новинки. Инновации позволяют предложить клиентам более гибкий, уникальный и персонализированный вид обслуживания, дают своим гостям новые возможности для комфортного проживания во время путешествий, позволяют им погрузиться в атмосферу гостиницы и воспользоваться всеми ее услугами и удобствами. Но это не значит, что отель будущего должен быть лишен человеческого общения. Останутся и традиционные отели, у которых бизнес основан на хорошей репутации и высокой культуре обслуживания. Суть в том, чтобы, применяя новые технологии и популярные новинки, поставить их на службу путешественникам.

Гостиничный комплекс недалёкого будущего можно представить с установленными в каждом номере планшетами, выступающими в роли виртуального консьержа, смартфонами и программами, которые позволят клиентам зарегистрироваться без непосредственного общения с работниками отеля, и попасть в свой номер, открыв дверь при помощи мобильного телефона. В отельном бизнесе, вероятнее всего, будет усиливаться влияние мобильных технологий, и увеличиваться доля самостоятельного бронирования и оплаты услуг с помощью мобильных устройств.

Главной современной проблемой в сфере гостеприимства является усиливающаяся конкуренция. Отельный рынок очень агрессивен, в «низкий» сезон предложение опережает спрос, поэтому отелям необходимо постоянно заботиться о своих конкурентных преимуществах. В этом случае только снижение издержек производства, диверсификация услуг, улучшение качества обслуживания и предложение персонализированных услуг могут укрепить положение отеля на рынке.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Автоматизация работы современных отелей. 30.03.2016. URL: <http://voyagespb.ru/gostinichno-restoranny-biznes/mirovoy-opyt-v-vnedrenii-sistem-obshchey-avtomatizatsii-raboty-sovremennykh-otelay/> (дата обращения: 26.05.2018).

2. Давыденко Д. Слух о падении внутреннего турпотока идёт от мелких ТО. 19.03.2018. URL: https://www.trn-news.ru/interviews/71760/?utm_medium=email (дата обращения: 21.05.2018).

3. Девять технологических трендов, способных изменить путешествия в XXI веке. Исследование Sabre. URL: <http://hotelier.pro/tourizm/item/2947-sabre> (дата обращения: 12.05.2018).

4. Доброжанская Е. Б. Управление инновационной деятельностью в сфере гостеприимства:

Десктопная версия (от англ. desktop [dɛsktɒp] — «поверхность стола») — настольный компьютер — компьютер, предназначенный для постоянного размещения на столе.

Автореферат дисс. ... канд. экон. наук. — СПб, 2011. — 26 с.

5. Клейман А.А., Бабанчикова О.А. ИТ технологии и инновационные маркетинговые инструменты в туриндустрии: социальные сети, контекстная реклама, интернет-маркетинг //Труды международной научно-практической конференции специалистов, учёных, аспирантов и студентов (22–23 мая 2014). — СПб.: Астерион, 2014. — 434 с. С. 164–173.

6. Клейман А.А., Бабанчикова О.А. Инновационный менеджмент в интегрированных структурах гостиничного бизнеса //Вестник Национальной академии туризма: Российский научный журнал. — №2(14) апрель-июнь 2010. С.10–15.

7. Клейман А.А., Бабанчикова О.А. О совершенствовании информационно-коммуникационных технологий в туризме в условиях перехода к цифровой экономике //Вестник Национальной академии туризма: Российский научный журнал. — № 4(44) октябрь-декабрь 2017. С.26–30.

8. Клейман А.А., Евреинов О.Б. Инфраструктура туризма: стратегия развития: монография//Под ред. А.А. Клеймана. — СПб.: Д.А.Р.К., 2014. — 384 с.

9. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм. Учебник для вузов. 2-е издание, переработанное и дополненное. М.: ЮНИ-ТИ-ДАНА, 2002. — 1063 с.

10. Краснова Е. Назван лучший отель для семейного отдыха в РФ. 29.01.2018. URL:<http://www.trn-news.ru/news/69531> (дата обращения: 12.05.2018).

11. Ляпина И.Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания: учеб. пособие для студентов; под ред. А. Ю. Лапина. — 4-е изд., испр. — Сер. Федеральный комплект учебников. — М.: Изд-во Академия, 2006–208 с.

12. Папирян Г.А. Менеджмент в индустрии гостеприимства (отели и рестораны). — М.: ОАО «НПО Изд-во Экономика», 2010. — 367 с.

13. Программы для гостиниц, отелей, баз отдыха. URL: <http://www.livebusiness.ru/tools/hotel> (дата обращения: 26.05.2018).

14. Решения для отелей и гостиниц. URL: <https://rarus.ru/1c-hotel/resheniya-dlya-oteley-i-gostinits/> (дата обращения: 26.05.2018).

15. Тренды гостиничного бизнеса, которые невозможно игнорировать. Февраль 2015. URL: <http://hotelier.pro/sales/item/211-1-trends/211-1-trends> (дата обращения: 23.05.2018).

16. Уокер Дж. Р. Введение в гостеприимство. Учеб. пособие. Второе издание / пер. с англ, М.: ЮНИТИ — ДАНА, 2002. — 607 с.

17. Учетные программы гостиницы, отеля. URL: <http://hotelstartup.ru/services/information-technology/the-hotels-programs/> (дата обращения: 26.05.2018).

18. Хорошева А. Семь тенденций для индустрии гостеприимства-2018. 10.01.2018. URL: https://www.trn-news.ru/news/68563/?utm_medium=email (дата обращения: 12.05.2018).

19. Чудновский А. Д., Жукова М. А. Управление потребительскими предпочтениями в сфере отечественного туризма и гостеприимства и основные направления реализации туристского продукта: учебное пособие / А. Д. Чудновский, М.А. Жукова. — М. :Федеральное агентство по туризму, 2014–304 с.

20. WTTC сделал прогноз для туризма на 2018 год. 22.03.2018. URL: https://www.trn-news.ru/news/71973/?utm_medium=email (дата обращения: 23.05.2018).



Ольга Валерьевна АРХИПОВА

д.ф.н, профессор
кафедра гостиничного и ресторанного бизнеса
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
olva@list.ru

Olga V. ARKHIPOVA

Doctor of Philosophy, Professor
Department of Hotel and Restaurant Business
Saint-Petersburg State University of Economics
olva@list.ru

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ КАК МАРКЕРЫ СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЫ

Аннотация. В статье рассматриваются актуальные технологические решения, применяемые современными гостиничными предприятиями. Особо подчеркивается обусловленность их внедрения ключевыми тенденциями развития культуры. Оцениваются высокотехнологичные решения и инструменты в обеспечении инновационной деятельности гостинично-туристических комплексов.

Ключевые слова: технологические решения, цифровые технологии, продвижение, гостиничный продукт.

TECHNOLOGICAL SOLUTIONS IN HOTEL BUSINESS AS THE MARKERS OF CONTEMPORARY CULTURE

Summary. The article considers topical technological solutions used by modern hotel companies. Particular emphasis is placed on the conditionality of their implementation by the key trends in the development of culture. High-tech solutions and tools are being evaluated in ensuring the innovative activity of hotel and tourist complexes.

Keywords: technological solutions, digital technologies, promotion, hotel product.

В гостиничном бизнесе при существующем уровне конкуренции, сервис высокого уровня и безупречная репутация не являются гарантиями успеха на рынке. В постоянно меняющейся внешней среде генерация новых идей — необходимое условие устойчивого развития предприятия. Конечный результат деятельности, воплощенный и внедренный на рынке как новый или усовершенствованный технологический процесс, продукт, или новый способ оказания услуг традиционно атрибутируется как новация.

К инновационным решениям относятся все изменения, которые впервые нашли применение на гостиничном предприятии и приносят ему конкретную экономическую или социальную пользу. Поэтому под инновацией понимается не только внедрение нового про-

дукта или услуги на рынок, но и новые производственные процессы и технологии, измененные социальные отношения на предприятии, производственные системы. Эти инновации тесно взаимосвязаны, а технические, хозяйственные, организационные и социальные изменения в производственных процессах вообще неотделимы друг от друга. Поэтому в качестве признаков инноваций следует рассматривать научно-техническую или концептуальную новизну, производственную реализуемость и коммерческую эффективность.

Технологические новации выступают в форме новых технологий, а управленческие являются основой для постоянного совершенствования системы управления, что дает возможность широкого применения современных информационных технологий — от программ

бронирования до систем автоматизированного управления службами гостиницы. Наряду с поисками новаций, связанных с управлением продажами, гостиничные предприятия обращаются к поиску путей обеспечения комфорта и безопасности клиентов.

Потребителя услуг гостеприимства уже невозможно представить вне контекста информационно-коммуникационных технологий. Одним из маркеров современной культуры является формирование, и даже доминирование, так называемого «цифрового мышления». Собственно «цифровое мышление» и особый «цифровой» образ жизни стали неотъемлемой частью современности. Люди ежедневно используют десятки каналов цифровой коммуникации. С каждым годом они становятся технологичнее, удобнее, умнее. Смешивание on-line и off-line пространств, общение и работа в социальных сетях, поток контекстной и нативной рекламы, покупки и продажи в сети, мобильные приложения, виртуальная и дополненная реальность, Интернет вещей* и многое другое стало частью повседневности.

Соответственно, ежегодно растет и мобильный трафик. Согласно данным Международного союза электросвязи за 2016 год, 76% населения Российской Федерации активно пользуются Интернетом. В отчете Российского филиала исследовательского концерна GfK (Gesellschaft für Konsumforschung) Group «Проникновение Интернета в России: итоги 2017 года» показано, что аудитория интернет-пользователей в возрасте от 16 лет и старше составила 87 миллионов человек, что на 3 миллиона больше, чем год назад. Проникновение интернета среди молодых россиян (16–29 лет) достигло предельных значений еще в предыдущие годы и, по данным GfK, составляет 98% [1].

С момента рождения концепции «цифровой экономики» в конце XX века до появления доклада о господстве цифровых технологий в мировом развитии «Цифровые дивиденды» прошло чуть более двадцати лет [2]. Безусловно, за это время появились различные внешние и внутренние цифровые каналы, зависящие от

сектора экономики, потребностей рынка, доступности и безопасности, целей, задач и вызовов для каждого канала (будь то сайт, социальная сеть, мобильное приложение, CRM, ERP и т. д.).

В отношении сферы гостеприимства эти процессы выразились в осуществлении новых подходов, реализуемых во всем многообразии деятельности. Гостиничная индустрия активно адаптирует для своих потребностей достижения в сфере информационно-коммуникационных, телекоммуникационных и автоматизированных систем, что позволяет увеличивать эффективность, обеспечивать максимальное присутствие на рынке и тем самым, максимально приблизиться к клиентам.

В этой связи хорошо зарекомендовавшим себя технологическим решением можно назвать использование информационных технологий в обеспечении инновационной деятельности гостинично-туристических комплексов. Рассмотрим подробнее сервисную систему REDMAP и ее мобильные приложения. Система REDMAP (первая социальная сеть для путешественников) позволяет развивать и активно продвигать гостинично-туристические комплексы на основе исторических, культурных и природных достопримечательностей, что является потенциально крупным источником доходов для регионов и муниципалитетов и может ускорить их экономическое развитие и существенно улучшить социально-экономическую ситуацию в них.

В первой социальной сети для путешественников REDMAP представлены примерные маршруты по всем объектам и размещен информационный контент. Сервис позволяет реализовывать один из трендов современной цифровой культуры, так называемый, UGC (user-generated content — «контент, генерируемый пользователем»). UGC имеет большие преимущества. В восприятии пользователя он заслуживает больше доверия, выглядит доказательнее и выразительнее, чем любое произведение отдела маркетинга. Сегодня, с помощью социальных сетей отель может эффективно взаимодействовать с клиентами, и многие гостиничные предприятия стремятся делать реблоги или репосты отзывов, фотографий от гостей. Потенциальные клиенты склонны больше доверять реальным отзывам людей, которые пользовались услугами отеля.

Таким образом, и в системе REDMAP предусмотрена возможность размещения поль-

* Интернет вещей — концепция цифрового пространства, в котором все из аналогового и цифрового миров может быть совмещено — это предопределяет наши отношения с объектами, а также свойства и суть самих объектов. Например, контроль автомобиля с помощью мобильного приложения, веб-камеры, позволяющие отслеживать активность на определенной территории, и умный дом, в котором практически каждый элемент может быть активирован с помощью гаджетов.

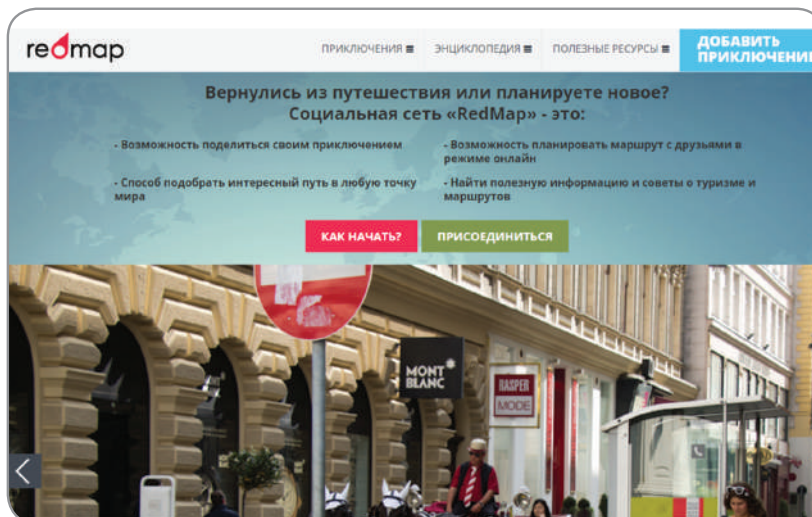


Рис. 1. Титульная страница сервисной системы REDMAP

зователями своих маршрутов, комментариев к достопримечательностям, освещения впечатлений от средств размещения, уровне сервиса и прочее. Благодаря этому пользователи вовлекаются в процесс создания контента.

Сервисом также предусмотрена возможность расчета стоимости проложенного маршрута с выделением стоимости проживания и транспортных расходов средствами.

Кроме того, сервисная система поддержки REDMAP и ее мобильные приложения, учитывая наглядность и доступность представления информации на сайте, позволяет использовать данный ресурс для обучения персонала гостинично-туристических комплексов и других объектов социально-культурной сферы в виде тренингов и пособия для интерактивного и дистанционного обучения.

На первоначальном этапе обучения, пользуясь базой REDMAP, проводится ознакомление с наиболее интересными направлениями, с предлагаемыми способами передвижения в зависимости от выбранной ценовой категории. На следующем этапе обучения, персонал гостинично-туристических комплексов и других объектов социально-культурной сферы может проанализировать и учесть преимущества и недостатки в своей работе, лучше понимать, какой сервис в настоящий момент времени более востребован и каким образом они могут повысить уровень предоставляемых услуг с учетом пожеланий своих клиентов.

За счет постоянного информационного пополнения сервиса REDMAP, сотрудники туристических фирм могут предлагать клиентам новые варианты посещения исторических и местных достопримечательностей в стране

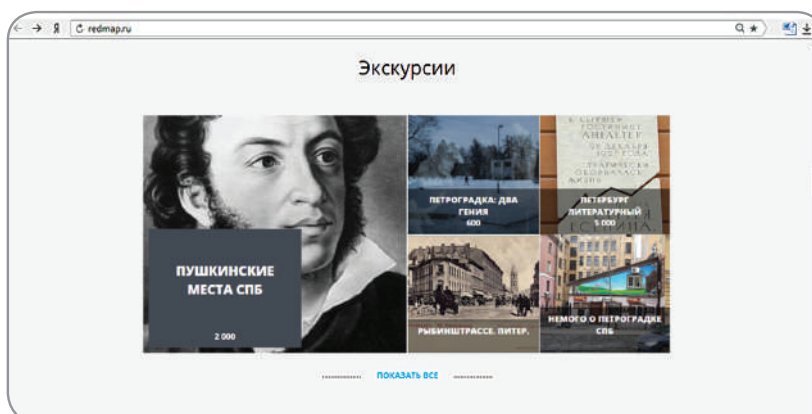


Рис. 2. Пример информационного контента экскурсионной программы по Пушкинским местам в Санкт-Петербурге средствами сервисной системы поддержки REDMAP

пребывания. Сервис, предлагаемый клиентам, может постоянно расширяться за счет добавления на сайт малоизвестных и мало-посещаемых из-за отсутствия массовой рекламы мест, но пользующиеся интересом среди активной части населения, ищущей варианты «нестандартного» путешествия.

При использовании на ресурсе отзывов о качестве работы ресторанов, кафе, сетей общественного питания работник индустрии туризма может на практике получить знания о правилах формирования маршрутов для групп с организацией их питания. В постоянно меняющейся внешней среде на рынок приходят новые заведения общественного питания, предлагающие клиентам более экономичные варианты с лучшим сервисом. Данный мониторинг рынка, использование новой информации, несомненно, повышает квалификацию работника индустрии гостеприимства и ведет к экономии средств клиента и предоставлению лучшего сервиса, и, как следствие, создает положительную рекламу.

Важным информационным разделом на ресурсе является энциклопедия, которая содержит в себе наиболее полные реальные сведения о различных странах (официальную информацию — а именно — телефоны посольств, экстренных служб, правил оформления въезда на территорию страны, официальные достопримечательности и т. д.). А также в сжатом удобном для восприятия виде рекомендации и отзывы от множества туристов, посетивших эти страны.

Анализ отзывов путешественников о различных странах позволяет выделить межкультурную составляющую восприятия страны пребывания туристами. Этот аспект очень трудно систематизировать, но без его знания невозможно полноценно подготовить сотрудника индустрии гостеприимства. Ресурс дает возможность не только изучать уже полученный путешественниками опыт, но и получить обратную связь по интересующим вопросам в режиме онлайн.

Данный ресурс был успешно использован в учебном процессе Санкт-Петербургского го-

сударственного экономического университета при чтении курса лекций по дисциплине «Организация культурно-досуговой деятельности на предприятии гостеприимства» в качестве тренажера на практических занятиях. Работа включала в себя все аспекты: планирование дат поездки, выбор типов наиболее подходящего передвижения по маршруту, анализ и выбор типов размещения. Студентам было предложено разработать и сформировать культурно-досуговую программу в странах пребывания.

Гостинично-туристические комплексы в России в условиях кризиса испытывают трудности привлечения клиентов при существующей конкуренции и приемлемом сервисе даже при условии безупречной репутации. Одной из причин является недостаточная информированность потенциальных клиентов о туристских аттракторах.

В постоянно меняющейся внешней среде генерация новых идей — необходимое условие для устойчивого развития гостинично-туристических комплексов. При успешном внедрении инновационных идей в условиях информационной экономики они могут стать одним из источников успешного развития сферы гостеприимства.

Средствами сервисной системы поддержки мобильных REDMAP представляется возможным реализовывать широкий спектр сервисных услуг — от программ бронирования с использованием Интернета до систем автоматизированного управления службами гостиничных комплексов.

Весь спектр современных информационных технологий ориентирован на использование мобильных приложений, он-лайн переводчиков, гидов, систем бронирования билетов, гостиниц, транспорта, он-лайн и офф-лайн карт и т. д. REDMAP аккумулирует все возможности, предоставляемые путешественникам другими мобильными сервисами и приложениями в одной системе, и позволяет получить доступ к услугам, проанализировать различные варианты по срокам и по ценам и предложить клиенту наиболее подходящий вариант отдыха и средства размещения.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Количество пользователей интернета в России. URL: http://www.bizhit.ru/index/users_count/0-151/ (дата обращения: 18.05.2018).
2. Обзор и оглавление Доклада о мировом развитии «Цифровые дивиденды»/ Международный

- банк реконструкции и развития / Всемирный банк, 2016, NW, Washington DC 20433. URL: <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/23347/210671RuSum.pdf> / (дата обращения: 29.05.2018).

РАЗДЕЛ IV

СТАТЬИ МАГИСТРАНТОВ



Егор Викторович ШАТАЛОВИЧ

магистрант, программа «Управление гостиничным бизнесом»
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
ShatalovichEV@gmail.com

Egor V. SHATALOVICH

Master student, program Management of Hotel Business
Saint-Petersburg State University of Economics
ShatalovichEV@gmail.com

ПЕРСПЕКТИВЫ ЭЛЕКТРОННОГО (ДИСТАНЦИОННОГО) ОБУЧЕНИЯ В ГОСТИНИЧНОМ ДЕЛЕ

Аннотация. Следует ожидать, что увеличение потребности в высококвалифицированных специалистах в гостиничном деле приведет к увеличению потребности в обучении таких специалистов, в том числе при помощи дистанционных систем обучения. А также тот факт, что современное поколение активно использует мобильные устройства в повседневной жизни, говорит в пользу внедрения электронного обучения. В данной статье рассмотрены основные преимущества дистанционных систем, а также актуальность их использования в современном мире, исходя из потребностей молодых специалистов.

Ключевые слова: электронное обучение, дистанционное обучение, миллениал, цифровая экономика, образование, гостиничное дело.

PERSPECTIVES OF ELECTRONIC (REMOTE) LEARNING IN HOTELS

Summary. It should be expected that an increase in the need for highly qualified specialists in the hospitality industry will lead to an increase in the need for training of such specialists, including through distance learning systems. And also the fact that the current generation is actively using mobile devices in everyday life, speaks in favor of the introduction of e-learning.

This article considers the main advantages of remote systems, as well as the relevance of their use in the modern world.

Keywords: e-learning, distance learning, millennium, digital economy, education, hotel business.

Согласно стратегии развития отрасли информационных технологий в Российской Федерации на 2014–2020 годы [1], перспективным направлением являются новые средства разработки и тестирования, а также развитие технологий коммуникации и навигации.

Правильный выбор (или сознание) дистанционной системы обучения позволит уве-

личить производительность информационной структуры отеля, существенно снизит затраты на обучение, позволит увеличить объемы обучения, предоставив персоналу возможность для самообучения и саморазвития, мы будем иметь возможность проводить массовое обучение в минимальные сроки и обеспечим непрерывность обучения и контроль знаний.

Электронное обучение — это использование информационных технологий для повышения эффективности обучения.

Согласно исследованиям E-learning Center[5] в современных компаниях электронное обучение направлено на:

- поддержание конкурентоспособности фирмы путём постоянного обучения сотрудников;
- обучение сотрудников с целью получения новых знаний и навыков вместо привлечения новой рабочей силы;
- адаптация к изменениям в технологиях и внешней среды в целом;
- внутриорганизационные изменения: выпуск и производство нового продукта/оказание услуг, развитие сегмента, выход на новый рынок, улучшение внутри- и внешне- коммуникационных возможностей.

Таким образом, электронное обучение позволяет быстро реагировать на изменения не только во внутренней организации компании, а так же к изменениям на рынке в целом, что позволяет фирме быстро корректировать свою политику и внедрять новые методы.

Цели электронного обучения направлены на:

- приобретение новых знаний и навыков;
- повышение квалификации;
- воспроизводство рабочей силы и интеграция персонала;
- формирование высококвалифицированного кадрового состава;
- адаптация персонала к меняющимся условиям;
- своевременное решение текущих организационных проблем;
- внедрение новых технологий в компании.

Помимо того, что электронное обучение может выполнять основные функции обучения университетов, оно также является сильным инструментом по обучению и адаптации персонала в компании.

Основные особенности электронного обучения:

- стоимость — низкая стоимость по сравнению с очным обучением;
- результативность — результат можно легко измерить и оценить;
- мобильность — обучение в любом месте и в любое время;
- вовлеченность — высокая вовлеченность и мотивация сотрудников;

- смешанность — переориентация офлайн-форм обучения в онлайн-формы;

- широкий спектр программ — разные программы по уровню знаний и подготовки отдельного сотрудника;

- адаптивность — каждую программу обучения можно подстраивать под конкретную ситуацию;

- простота — простота внедрения и использования систем.

Данные особенности позволяют сделать вывод, что электронное обучение более гибкое и информативное по сравнению с очным обучением и, при этом, позволяет перенимать информацию заслуженных экспертов в Гостиничном деле в любой точке мира, что, безусловно, положительно сказывается на качестве дистанционного обучения.

Не менее важным при определении актуальности внедрения электронного обучения является то, на кого это обучение направлено.

Молодые специалисты сегодня — поколение «миллениумов». Виртуальность превращается в совершенно обычную и привычную среду для этого поколения[2]. Проведенное исследование информационным агентством «Deloitte»[6] показало, что современное поколение в меньшей мере усваивает прочитанную информацию (а именно этот способ обучения на данный момент является основным, при обучении в магистратурах высшего учебного заведения) и в большей мере нуждается в применении только что полученных знаний на практике.

На рисунке 1 представлены результаты проведенного опроса действующих и потенциальных (молодых) специалистов в сфере гостиничного дела.

Всего лишь 14% опрошенных посчитали презентации хорошим способом получения информации, из чего можно сделать вывод о сильном устаревании и не актуальности данного метода, как способа обучения. Зато 97% опрошенных с большим интересом относятся к электронным курсам, что, в свою очередь, говорит в пользу применения электронного обучения.

А тот факт, что почти 88% респондентов постоянно используют мобильные электронные приборы в современной жизни (рисунок 2), позволяет допустить, что внедрение дистанционного обучения будет восприниматься современным поколением с большим энтузиазмом.



Рис. 1. Результат опроса о популярности различных методов обучения у миллениалов

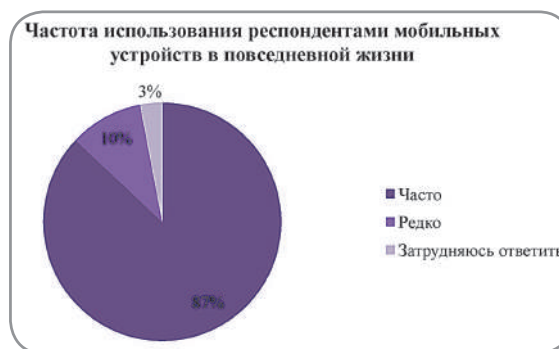


Рис. 2. Статистика использования миллениалами мобильных устройств в повседневной жизни

Но, исходя из особенности восприятия информации современным поколением, следует отметить, что электронная форма обучения очень хорошо подходит для применения её в фирмах, когда полученные знания можно сразу же применить на практике, когда актуальность её применения высшими учебными

заведениями сводится к тому, что дистанционное обучение позволит получать знания в любой точке мира и делиться опытом ведущих специалистов, но возникает необходимость в разработке бизнес-кейсов и имитационных игр, что бы заменить отсутствующий фактор практических занятий в университетах.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Распоряжение Правительства РФ №2036-р. «Стратегия развития отрасли информационных технологий в российской федерации на 2014–2020 годы и на перспективу до 2025 года». Москва. от 01 ноября 2013 г.
2. Иванова М.А. Experience meetings — технологии будущего для поколения миллениума. В сборнике: Вестник индустрии гостеприимства международный научный сборник. Санкт-Петербург, 2016. С. 106–111.
3. Лопатина Е.В. Дистанционное обучение. Актуальность, реализуемость и возможности данного обучения. Научное сообщество студентов XXI столетия. Гуманитарные науки: сб. ст. по мат. XLI междунар. студ. науч.-практ. конф. № 4(41).
4. Сагиндыкова А. С., Тугамбекова М. А. Актуальность дистанционного образования. Молодой ученый. — 2015. — №20. — С. 495–498.
5. E-learning Center URL: <http://www.e-learningcenter.ru/> (Дата обращения 15.05.2018)
6. Deloitte. The 2018 Deloitte Millennial Survey URL: <https://www2.deloitte.com/global/en.html> (Дата обращения 15.05.2018).



Юлия Олеговна ГЛАДЫШЕВА

магистрант, программа «Управление гостиничным бизнесом»
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
gladysheva.iulia2013@yandex.ru

Iuliia O. GLADYSHEVA

Master student, program Management of Hotel Business
Saint-Petersburg State University of Economics
gladysheva.iulia2013@yandex.ru

ВЛИЯНИЕ ПРОЦЕССА ЦИФРОВИЗАЦИИ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА НА ЦЕЛЕВУЮ АУДИТОРИЮ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ

Аннотация. Статья посвящена наиболее актуальным тенденциям гостиничной индустрии в сфере цифровизации. Описаны особенности целевой аудитории потребителей услуг специализированных средств размещения, а также обозначены основные векторы влияния цифровизации гостиничной индустрии на потребности и выбор данной целевой аудитории. Ключевые слова: специализированные средства размещения, цифровизация, гостиничная индустрия, целевая аудитория.

Ключевые слова — специализированные средства размещения, цифровизация, индустрия гостеприимства, целевая аудитория.

THE INFLUENCE OF THE PROCESS OF DIGITALIZATION OF THE HOSPITALITY INDUSTRY TO THE TARGET AUDIENCE OF THE SPECIALIZED ACCOMMODATION FACILITIES

Summary. The article is devoted to the most relevant trends of the hospitality industry in the field of digitalization. Features of the target audience of consumers of services of specialized accommodation facilities are described, and also the main vectors of influence of digitalization of the hospitality industry on requirements and the choice of this target audience are designated.

Keyword: specialized accommodation facilities, digitalization, hospitality industry, target audience.

Современная индустрия гостеприимства является активно развивающимся и перспективным видом экономической деятельности. Процесс глобализации и интеграции способствует развитию туризма, и в современном обществе уже не существует границ для путешествий. Данному факту так же способствует процесс цифровизации или «диджитализации» практически всех сфер человеческой деятельности. Индустрия гостеприимства не отстает от этой всеохватывающей тенденции и становится отличной платформой для творчества в данной сфере и усовершенствования процесса создания, продвижения и предоставления гостиничных услуг.

Что представляет собой процесс цифровизации? Цифровизация в широком понимании

это переход от аналоговой формы передачи информации к цифровой. Скорость, безопасность и доступность — все эти атрибуты процесса цифровизации необходимы в современном бизнесе. Чтобы не стать аутсайдером на рынке гостиничных услуг многие отели совершенно разных сегментов и типов взяли курс на внедрение технологических новинок в свой сервис.

Стоит отметить, что традиционная модель обслуживания и в целом представления о гостиницах уходит на второй план. Бесплатный Wi-Fi и плазменные телевизоры уже не впечатляют гостей, а классические интерьеры и стойка регистрации с администратором воспринимаются больше, как стандартные атрибуты

любого средства размещения. Это объясняется тем, что в повседневную жизнь нового поколения потребителей гостиничных услуг уже прочно вошли различные высокотехнологичные устройства, а на выбор отеля все больше влияют отзывы посетителей, которые можно отследить в электронных ресурсах в режиме on-line [1, с. 13].

Компания Amadeus, специализирующаяся на технологиях для путешествий, издала ряд отчетов о том, к чему гостиницы будут стремиться в 2020. Выводы сделаны на основании отзывов клиентов, их пожеланиях и ожиданиях. Ниже приведены 4 тенденции, которые актуальны уже сейчас:

1. Цифровые киоски (терминалы самообслуживания для регистрации и полезной информации);
2. Цифровое убранство номера;
3. Мобильный телефон — ключ от номера;
4. Интерактивные новинки социальных сетей [2].

Из перечисленных тенденций видно, что весь процесс классического обслуживания в гостинице заменяется самообслуживанием. Гости самостоятельно могут зарегистрироваться, заселиться и найти всю интересующую информацию об отеле и туристской дестинации. Использование мобильных приложений, гаджетов и прочих современных технологий позволяет гостю сэкономить время на таких формальностях, как регистрация и заселение.

В связи с этим в сфере гостеприимства появился новый термин «безмолвные» путешественники. «Безмолвными» путешественниками отельеры называют тот сегмент потребителей, которые активно используют мобильные, смартфоны и планшеты во время путешествия. Причем, использование высокотехнологичных устройств происходит не только во время бронирования или покупки услуг, но и в процессе их потребления, а также для публикации своих впечатлений и отзывов.

По данным опроса российских туристов компании Travelport на конец 2017 года 21% опрошенных бронируют поездки с помощью смартфона, а для молодых людей в возрасте 18–24 года эта цифра увеличивается на 39%. Голосовым поиском для получения информации о поездке пользуются 39% россиян. Практически вдвое больший процент использующих голосовой поиск отмечен в Китае (72%). На 3% отстает от российских туристов

Великобритания. Исследователи отмечают, что в процессе путешествия российские туристы в среднем используют 17 различных приложений на смартфонах [3]. Данные опроса указывают на возникновение нового типа потребителя и тенденции усовершенствования процесса предоставления гостиничных услуг в соответствии с новейшими цифровыми разработками.

В рамках данной статьи рассмотрим влияние процесса цифровизации на потребителей услуг специализированных средств размещения.

Специализированные средства размещения — это объекты туристской индустрии, оказывающие услуги размещения (проживания) и дополнительные услуги в соответствии с назначением, специализацией, профилем работы и/или направлением деятельности, в том числе: туристские, оздоровительные, спортивные, физкультурно-оздоровительные и другие [4]. Данные средства размещения классифицируются на: санаторно-курортные; специализированные средства размещения для отдыха, труда и развлечений (досуга); туристские и транспортные. Целевая аудитория специализированных средств размещения неоднородна, так как каждый вид средств размещения внутри общей классификации подразумевает определенную цель, которую имеет потребитель (оздоровление и СПА-процедуры, детский отдых, новый опыт размещения в ротелях, аквателях и т. д.). Рассмотрим туристские специализированные средства размещения.

К туристским специализированным средствам размещения относятся туристские базы, туристские приюты, горные приюты, стоянки и кемпинги. Стоит отметить, что выбор подобных средств размещения связан с определенной поездкой или программой путешествия. Туристы, занимающиеся подъемом на горные вершины или треккингами в природных местностях, имеют необходимость в размещении непосредственно по линии маршрута. Поэтому целевой аудиторией туристских специализированных средств размещения являются туристы, выбирающие активный отдых или уик-энд на природе или занимающиеся какой-либо спортивной деятельностью в данной конкретной местности [5].

Сегментация потребителей услуг туристских специализированных средств размещения на примере коттеджного комплекса «SoloHouse» представлена в Таблице.

Сегментация потребителей услуг коттеджного комплекса «SoloHouse» в Ленинградской области

Признак		Характеристика	
Демографический	Пол	Мужчины	52%
		Женщины	48%
	Средний возраст		25–45 лет
	Семейное положение		семейные/несемейные
Географический	Внутренний туризм		70%
	Въездной туризм		30%
Психологический	Тип темперамента		Экстраверт, сангвиник
	Качества характера		Коммуникабельные, активные, склонны к риску, главная ценность — впечатления
	Интересы		Спорт, путешествия, фотография
Социально-экономический	Средний формальный уровень благосостояния		35–40 тыс.руб.
	Образование		Среднее, высшее
	Социальный статус		Работающий, учащийся ВУЗа, спортсмены

В ходе интервью с представителем коттеджного комплекса «SoloHouse», расположенного на реке Бурная вблизи горнолыжного курорта «Игора», были составлены портреты целевых потребителей услуг данного специализированного средства размещения:

- Супруги среднего возраста (35–45 лет), граждане РФ, с детьми/без детей, приезжающие отдохнуть от городской суеты на уик-энд.
- Учащаяся молодежь (20–30 лет), граждане РФ или иностранные туристы, в группах или компаниях, пользующаяся услугами пикник-парка с целью ночлега во время туристского похода/треккинга.

Подводя промежуточный итог оценки целевой аудитории специализированных средств размещения, стоит отметить, что, несмотря на разные цели пребывания в подобном средстве размещения, все группы гостей являются молодыми или среднего возраста людьми, предпочитающими активный отдых и общение. Именно этот сегмент находится под огромным влиянием современного цифрового века и охотно использует высокотехнологичные устройства и прочие блага в быту и повседневности.

Кемпинги, туристские базы и приюты предоставляют классический стандарт: размещение, питание, продажа/аренда снаряжения или инвентаря. За исключением горных приютов: они могут предлагать ограниченный набор услуг ввиду специфики данного средства раз-

мещения (отсутствие горячей воды, необходимость забирать с собой мусор и т. д.).

Современные технологии и тенденции, перечисленные выше, дают импульс для модернизации внутренней среды и сервиса данных средств размещения и создания новой концепции «самостоятельного» размещения. Цифровые киоски и терминалы самообслуживания в подобных средствах размещения имеют ряд преимуществ: экономия времени; самостоятельный выбор номера; отсутствие языкового барьера; безопасность. Для регистрации или выселения необходим лишь документ, удостоверяющий личность и кредитная карта.

Об эффективности и пользе подобных терминалов говорят следующие цифры. Руководство сети отелей «Hilton» в 2017 году исследовало мнение гостей по поводу внедрения в отели цифровых планов расположения номеров. По данным опросов гостей и анализа отзывов в Интернете установили, что 30% гостей недовольны ожиданием к заселению в номер, 28% ответили, что им не нравится то место, куда их заселили, и почти 2/3 опрошенных пожелали сами выбирать номер в отеле [6]. Помимо этого, цифровой киоск или расположенные на территории QR-коды (QR (англ.) Quick Response — «быстрый отклик») позволяют обеспечить туристов всей необходимой информацией о дестинации, средстве размещения, маршрутах и т. д. Регистрация

в приложении средства размещения и получение ключа от номера на смартфон — это необходимый для подобных средств размещения апгрейд. Ключи-карты или классические дверные ключи могут потеряться, кроме того, они небезопасны. Ключ-код в смартфоне защищен индивидуальным паролем, поэтому эксперты оценивают их надежность намного выше, чем тех ключей, к которым привыкли многие туристы. Разработчик систем самообслуживания INVEND выпускает стойки саморегистрации для отелей, в которых гость самостоятельно может выбрать номер, указать личные предпочтения, просканировать документы для регистрации и получить ключ от номера и сейфа на свой смартфон всего за несколько операций с терминалом.

Исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод: современные тенденции и ускоренный темп жизни с всеохватывающей виртуальной реальностью заставляют меняться не только общество, но и экономику. Гостиничная индустрия в целом и такой ее сегмент, как специализированные средства размещения, не остаются в стороне. Гость, который активно использует смартфон, начиная от поиска информации, заканчивая оплатой товаров в магазине, требует современного сервиса и совершенствования технического оснащения места временного пребывания. Именно поэтому специализированным средствам размещения следует наравне с классическими гостиницами меняться и становиться более комфортабельными, мобильными и современными.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Воронцова Г.Г., Гаврилюк Л.А. Прогнозирование и проектирование деятельности предприятий индустрии гостеприимства в новых условиях // Актуальные проблемы развития индустрии гостеприимства. — Сб. материалов XIII Международной научно-практической конференции. — СПб.: СПбГЭУ, 2017. С. 12–15.
2. Сайт электронного журнала HOTELIER.PRO. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://hotelier.pro/sales/item/211-1-trends/211-1-trends>. — (дата обращения: 16.04.18).
3. Портал для профессионалов гостиничного и ресторанного бизнеса Prohotelia. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://prohotelia.com/2017/11/travelport-digital-travellers-research/>. — (дата обращения: 17.04.18)
4. ГОСТ Р 55319–2012 «Услуги средств размещения. Общие требования к специализированным средствам размещения».
5. Воронцова Г.Г. Основы организации и технологии обслуживания в индустрии туризма / Г.Г. Воронцова, А.В. Воронцова. /уч. пос. — СПб.: ФГБОУВПО «СПГУТД», 2012. — 209 с.
6. Дж. Бредли «Забудьте про ключ в номер в виде гостиничной карты и используйте просто свой смартфон» // Официальный сайт «Samsung». — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.samsung.com/ru/business/insights/others/ditch-the-hotel-key-card-and-grab-a-smartphone-instead/>. — (дата обращения: 17.04.18).



Екатерина Евгеньевна МУХОРТИКОВА

магистрант, программа «Управление гостиничным бизнесом»
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
livelihood20@gmail.com

Ekaterina E. MUKHORTIKOVA

Master student, program Management of Hotel Business
Saint-Petersburg State University of Economics
livelihood20@gmail.com

ИНФОРМАЦИОННЫЕ КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ МАЛЫХ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В СЕВЕРО-ЗАПАДНОМ РЕГИОНЕ

Аннотация. В данной статье рассматривается влияние информационных компьютерных технологий (в виде виртуальной реальности) на малые гостиничные предприятия Северо-Западного региона, приводится анализ потребительского спроса и анализируется привлекательность инвестиций на данные технологии.

Ключевые слова: компьютерные технологии, виртуальная реальность, малые гостиничные предприятия, инвестиционная привлекательность, потребители, гости.

INFORMATION COMPUTER TECHNOLOGIES AS A FACTOR OF DEVELOPMENT OF SMALL HOTEL ENTERPRISES IN THE NORTHWEST REGION

Summary. This article examines the impact of information computer technologies (in the form of virtual reality) on small hotel in the North-West region, provides an analysis of consumer demand and analyzes the attractiveness of investments in these technologies.

Keywords: Computer technologies, virtual reality, small hotel companies, investment attractiveness, consumers, guests.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что малым гостиничным предприятиям становится все труднее привлекать потребителей и просто гостей города в не сезон. Поэтому появляется необходимость внедрения новых информационных технологий, которые будут отличать их от других современных гостиниц. Компьютерные информационные технологии — это технологии, отвечающие за создание, хранение и обработку информационных данных с применением компьютерной техники.

В настоящее время информационные компьютерные технологии развиваются стремительно, предоставляя новые возможности передачи и восприятия данных. Сегодня, самой популярной формой является виртуальная реальность. Виртуальная реальность трактуется как генерируемая компьютером трехмерная

среда, с которой пользователь может взаимодействовать, полностью или частично погружаясь в неё.

Впервые о виртуальной реальности заговорили еще в 1962 году, когда Мортон Хейли представил первый прототип мультисенсорного симулятора, который называл «Сенсорамма». Мультисенсорный симулятор погружал зрителей в виртуальную реальность при помощи коротких фильмов, которые сопровождалось запахами, ветром (при помощи фена) и шумом мегаполиса с аудиозаписями. А в 1967 году появился первый шлем «Сазерленда», который позволял изменять изображения соответственно движениям головы (зрительная обратная связь) [2].

Еще тогда создание виртуальной реальности было феноменом, но сегодня это

потрясающие VR-устройства, которые дарят людям новые впечатления и возможности.

Их Продажи растут с каждым годом, уже сегодня рынок программного обеспечения достигает \$1,8 млрд, в конце 2018 г. он достигнет \$13,6 млрд.

По данным SuperData еще планируется рост рынка виртуальной реальности к 2020 г. до \$37,7 млрд (рисунок 1) [1].

Малые гостиничные предприятия в северо-западном регионе всегда задумываются как выстоять в конкурентной борьбе?, как поднять рейтинг своему предприятию?, как увеличить загрузку номерного фонда вне сезон?, как увеличить прибыль?

Один из нескольких вопросов малое гостиничное предприятие может решить, с помощью внедрения в свою сферу технологий виртуальной реальности. С VR-устройствами малые гостиничные предприятия смогут привлечь больше гостей из разных стран, увеличить себе рейтинг, увеличить загрузку номерного фонда и увеличить прибыль [3].

Используя технологии виртуальной реальности, гостям гостиницы откроются новые возможности:

В о - п е р в ы х, перед тем как планировать свое путешествие гость сможет зайти на сайт любого малого гостиничного предприятия в северо-западном регионе и увидеть по VR-камере весь 360-градусный вид номера, вестибюля и территорию гостиницы. Это откроет совершенно новый мир для гостей и поможет им спланировать незабываемую поездку.

В о - в т о р ы х, существуют технологии по распознаванию речи на расстояние. Это поможет

персоналу гостиницы узнать обо всех предпочтениях гостя заранее из его уст.

В - т р е т ь и х, виртуальная реальность будет привлекать гостей малого гостиничного предприятия не только с информационной стороны, но и с развлекательной. Например, используя очки виртуальной реальности человек, может погрузиться в таинственную сказку и ощутить себя ее героем [4, с. 57].

В ходе исследования, проведенного Statista Digital Market Outlook в Германии, было выявлено, что малое гостиничное предприятие, которое использует виртуальную реальность, имеет преимущества:

1. Виртуальные туры увеличили количество просмотров website гостиницы на 40%.

2. 92% интернет-пользователей довольны просмотрам панорамы гостиницы на 360 градусов.

3. Применение виртуальных технологий дает возможность гостинице находится в Google Hotel Finder.

4. Использование VR-устройств увеличило загрузку номерного фонда на 30% и увеличило прибыль отеля на 40% [5].

Нами был проведен опрос в Северо-Западном регионе, по поводу внедрения виртуальной реальности в малые гостиничные предприятия.

Результаты опроса представлены на рисунке 2.

Результаты опроса показывают, что потребителям гостиничных услуг северо-западного региона относятся к своему отдыху очень трепетно и по этому заранее собирают информацию о гостиницах. Потребителям очень важно

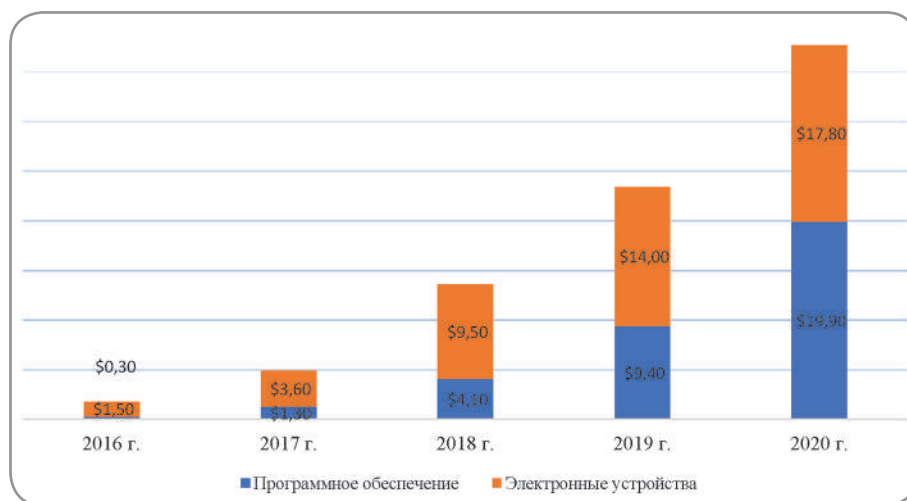


Рис. 1. Мировой доход рынка виртуально реальности по всему миру [1]

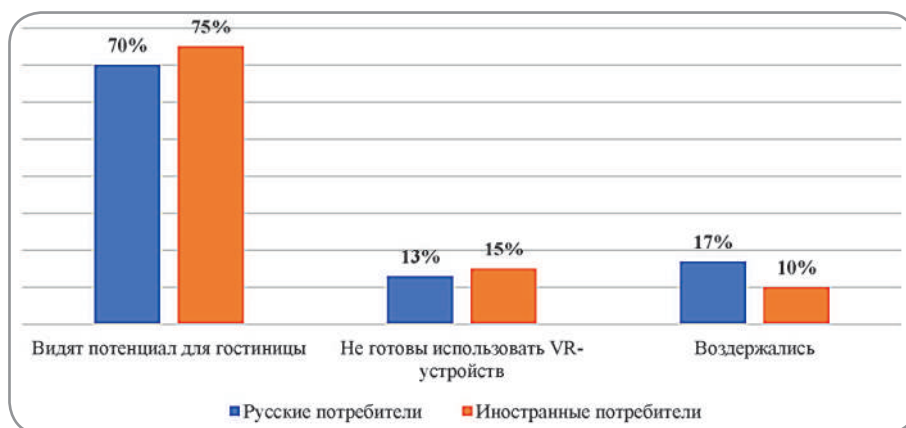


Рис. 2. Результаты опроса по внедрению технологий виртуальной реальности в индустрию малых гостиничных предприятий

детально изучить гостиницу, прогуляться по ней и почувствовать в ней желанную атмосферу спокойствия.

Первая гостиница в России, которая стала использовать новые информационные технологии виртуальной реальности это гостиница *nterContinental Moscow Tverskaya*. Данная гостиница использует VR устройства для оптимизации бизнес-процессов[5, с.105].

InterContinental Moscow Tverskaya не собирается останавливаться на достигнутом и планирует внедрить шлем виртуальной реальности для привилегированных гостей. С помощью данного шлема гости смогут познакомиться с интересными для всех возрастов приложениями *Fibrum* или перенестись в любую точку Земли, где расположены гостиницы данного бренда. Например, на курорт на Бали или в историческую 150-летнюю гостиницу в Амстердаме [6].

Для того, чтобы убедиться насколько выгодным будет внедрение виртуальной реальности в малое гостиничное предприятие нами был просчитан инвестиционный проект.

В инвестиционном проекте проведена оценка будущих денежных потоков на 2021 г. с использованием данных устройств. В качестве примера был выбран CENTER-отель. Исходные данные представлены в таблице.

Данный метод основан на сопоставлении величины исходной инвестиции IC с общей суммой чистых денежных поступлений, генерируемых ей в течение прогнозируемого срока. Так как приток денежных средств расположен во времени, он дисконтируется с помощью коэффициента r (по данным $r = 17.10\%$).

1) Для этого сначала была рассчитана текущая стоимость (PV).

PV рассчитывается по формуле:

$$PV = \frac{FV}{(1+r)^n}. \quad (1)$$

В данном случае $PV = 897\,341,4$ (руб.)

2) Чистая текущая стоимость NPV:

NPV рассчитывается по формуле:

$$NPV = \frac{FV}{(1+r)^n} - IC. \quad (2)$$

Исходные данные для расчета финансовой привлекательности инвестиционного проекта по реализации устройств виртуальной реальности в малом гостиничном предприятии (руб.)

Год	Инвестиционные затраты IC	FV (будущая стоимость как чистый денежный поток)	МТС (множитель текущей стоимости $((1+r)^{-n})$ при $r = 17.10\%$)	PV (текущая стоимость как дисконтированный денежный поток)
2017	838 436		1	—
2018		95 853	0.854	84 776
2019		304 676	0.729	299 123
2020		467 890	0.623	458 519
2021		567 676	0.532	120 579

$$NPV = 897\,341,4 - 838\,436 = \\ = 58\,905,4 \text{ (руб.)}$$

Вывод: $NPV > 0$ ($58\,905,4 > 0$), это свидетельствует, что вложения в устройства виртуальной реальности будет прибыльным.

Был рассчитан уровень дохода на единицу затрат т. е индекс рентабельности (прибыльности) вложений:

$$PI = \frac{\left(\frac{FV}{(1+r)^n} \right)}{IC} \quad (3)$$

$$PI = 897\,341,4 / 838\,436 = 1.07 \text{ (107.02\%)}$$

Вывод: $PI > 1$ (1.07) вложения являются рентабельными. За каждый вложенный рубль за период 2017–2021 гг. предприятие получит 1.07 рублей отдачи.

3) Рассчитана NPV при $r = 40\%$.

Расчет PV произведен по формуле (1) и составляет

$$PV = 95\,853 \cdot (1+0,4)^{-1} + 304\,676 \cdot (1+0,4)^{-2} + \\ + 467\,890 \cdot (1+0,4)^{-3} + 567\,676 \times \\ \times (1+0,4)^{-4} = 542\,197,93 \text{ (руб.)}$$

Соответственно расчет NPV произведен по формуле (2) и составляет

$$NPV = 542\,197,93 - 838\,436 = \\ = -296\,238,06 \text{ (руб.)}$$

4) Значение IRR :

$$IRR = R_1 - \frac{NPV(R_1) \cdot (R_2 - R_1)}{NPV(R_2) - NPV(R_1)}. \quad (4)$$

Расчет IRR рассчитан по формуле (4) и составляет

$$IRR = 17,10 + [58\,905,4 / (58\,905,4 -$$

$$- (-296\,238,06)](40 - 17,10) = 20,89\%$$

5) При этом, значение ARR :

$$ARR = \frac{1436095}{4 \cdot 838436} = 0,42(42\%).$$

— Инвестиционные затраты на проект (IC) — 838 436 руб.;

— Чистая текущая стоимость (NPV) — 58 905,4 руб.;

— Рентабельность инвестиций (PI) — 107.02%;

— Дисконтированный период окупаемости (DPP) — 3 года и 11,8 месяца;

— Внутренняя норма доходности (IRR) — 20,89%;

— Средняя норма доходности (ARR) — 42%.

Таким образом, инвестиционные вложения в виртуальную реальность будет безубыточным, если относительный уровень потерь не будет превышать 42%.

Данные показатели свидетельствуют о том, что планируемые инвестиции в инвестиционный проект по реализации устройств виртуальной реальности в малом гостиничном предприятии будут экономически выгодными. То есть, данный проект является финансово привлекательным.

Итак, можно сказать, что новые информационные технологии виртуальной реальности — это тренд номер один в современном мире.

Использование данных технологий поможет малым гостиничным предприятиям Северо-Западного региона повысить ценность в глазах своих потребителей, создать более увлекательную и эмоциональную связь, благодаря которой потребители всегда будут чувствовать себя на один шаг ближе к гостинице.

Малые гостиничные предприятия Северо-Западного региона, использующие технологии виртуальной реальности будут лидерами гостиничной индустрии.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Аналитики: несмотря на слабые показатели 2016 года, продажи игр и приложений для VR к 2020 году достигнут \$13 миллиардов [Электронный ресурс]: 1VR 2018. — Режим доступа: <http://lv.ru/2016/12/prodaji-igr-i-prilozeniy-dlya-vr-analitika/> (дата обращения 01.01.2018).

2. Виртуальная реальность — будущее гостиничного бизнеса уже рядом

[Электронный ресурс]: VR 2018. — Режим доступа: <https://www.frontdesk.ru/article/virtualnaya-realnost-budushchee-gostinichnogo-biznesa-uzhe-ryadom> (дата обращения 05.01.2018).

3. Виртуальная реальность и гостиничный бизнес [Электронный ресурс]:

Hotelia 2018. — Режим доступа: <http://prohotelia.com/2017/05/virtual-reality-and-hotels/> (дата обращения 05.01.2018).

4. Сандрина В.Е. Управление качеством услуг в сфере малого гостиничного бизнеса: тенденции и перспективы. Эффективное управление в гостиничном и ресторанном бизнесе: теория, практика, подготовка кадров: коллективная монография / под ред. С.А. Степановой. — СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2017. — С. 69–79.
5. Полканова А.Л. Совершенствование методов оценки эффективности инвестиционных проектов: дис. ...канд. эк. наук / А. Л. Полканова — М., 2017. — 107 с.
6. How Virtual Reality (VR) can Enrich the Hospitality Industry [Электронный ресурс]: Revfine 2018. — Режим доступа: <https://www.revfine.com/virtual-reality-hospitality-industry/> (дата обращения 05.01.2018).
7. INTERCONTINENTAL MOSCOW TVERSKAYA — первый в России отель с виртуальной реальностью [Электронный ресурс]: Lofficial 2018. — Режим доступа: https://lofficielvoyage.ru/gde-to-tam/intercontinental_virt/ (дата обращения 05.01.2018).
8. Vanle, M. Virtual reality in the hotel industry enterprise / M. Vanle // Acc. Chem. Res. — 2018. — Vol. 10, № 1. — P. 23–50.



Георгий Максимович СМИРНОВ

магистрант, программа «Управление гостиничным бизнесом»
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
Egorisimo95@mail.ru

Georgiy M. SMIRNOV

Master student, program Management of Hotel Business
Saint-Petersburg State University of Economics
Egorisimo95@mail.ru

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ ГОСТИНИЧНОГО ТИПА В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

Аннотация. В данной статье рассматриваются актуальные проблемы рынка недвижимости гостиничного типа. Дается описание современного состояния рынка недвижимости гостиничного типа. Автор анализирует и предлагает, на основе изученной литературы, основные направления развития данного рынка с целью повышения спроса на недвижимость гостиничного типа.

Ключевые слова: недвижимость гостиничного типа, апарт-отель, хостел, мини-отель, гостевой дом, гибридный-отель.

PROBLEMS AND TRENDS FOR DEVELOPMENT OF THE HOTELTYPE REAL ESTATE MARKET IN SAINT-PETERSBURG

Summary. In this article, the current problems of the real estate market of the hotel type are considered. A description of the current state of the hotel-type real estate market is given. The author analyzes and suggests, based on the literature, the main directions of development of this market in order to increase the demand for hotel-type real estate.

Keywords: hotel-type real estate, apart-hotel, hostel, mini-hotel, guest house, hybrid hotel.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что сегодня рынок недвижимости гостиничного типа, благодаря заинтересованности туристов, относится к числу самых выгодных инвестиционных направлений, данный рынок привлекателен как для опытных инвесторов, так и для тех, кто делает первые шаги в данном деле. Для инвестирования средств в гостиничный бизнес нужно знать рынок недвижимости гостиничного типа, его спрос и предложение, его проблемы и тенденции развития.

«Недвижимость гостиничного типа» — это средство размещения людей, схожее по своей сути с гостиницей, но имеющее отличия в предоставлении различных услуг.

Недвижимость гостиничного типа имеет следующие особенности:

1) Может являться собственностью индивидуального предпринимателя;

2) Количество номеров от 5 до 50;

3) Может быть эксплуатирована в живом фонде.

Наиболее распространенными в Санкт-Петербурге видами недвижимости гостиничного типа являются:

- 1) Апартаменты;
- 2) Апартаменты;
- 3) Гостевые дома;
- 4) Хостелы;
- 5) Мини-отели.

Санкт-Петербург по итогам первого полугодия 2017 г. занимает вторую строчку в списке наиболее привлекательных для туристов городов Российской Федерации, стабильно располагается десятке самых спортивных городов страны, входит в топ-100 наиболее популярных у иностранцев городов в мире и в топ-50 среди городов Европы [5].

В 2017 году номерной фонд гостиниц Санкт-Петербурга в категории 3–5* составил 32348 номеров, включая гостиницы, малые отели, мини-отели и гостевые дома. Рынок хостелов в Санкт-Петербурге представлен 391 средством размещения. Рынок апарт-отелей и апартаментов в 2017 году увеличился почти в 3 раза и достиг отметки в 5800 апартаментов. В первом полугодии 2017 года в продажу вышло семь новых апарт-отелей и одна новая очередь уже работающего проекта — в сумме это 306 тысяч кв. м., прогнозируется сохранение объемов спроса и дальнейший рост цен в пределах до 4% [4].

На рисунке представлена структура предложения на рынке недвижимости гостиничного типа в городе Санкт-Петербург, составленная автором на основе данных компаний NaiBesar и KnightFrank [4, 6].

Однако на каждом рынке недвижимости гостиничного типа имеются определенные проблемные вопросы (См. табл.).

Исходя из данных таблицы, можно выделить четыре основных проблемных фактора недвижимости гостиничного типа:

1) Конкурентный фактор. По данным исследования Knight Frank [5], на данный момент в Санкт-Петербурге рынок недвижимости гостиничного типа функционирует в условиях жесткой конкуренции, также данным средствам размещения приходится конкурировать с платформой Airbnb;

2) Законодательно-юридический фактор. Действующее гостиничное законодательство



Структура предложения рынка недвижимости гостиничного типа Санкт-Петербурга

РФ практически не учитывает специфику малых предприятий размещения, применяя к ним те же требования, что и к большим гостиницам и отелям [3, с. 1295]. Также большинство санитарных и пожарных норм, ГОСТов и СНиПов содержат устаревшие требования, как к жилым помещениям, так и к гостиничным предприятиям, что приводит к определенным проблемам, например, сложности при получении разрешения на перепланировку [2, с. 69];

3) Экономический фактор. Современное нестабильное состояние мировой экономики зачастую делает проблемным или даже невозможным инвестирование в гостиничное предприятие (обновление основных фондов, перепланировка и т. д.);

Проблемы рынка недвижимости гостиничного типа*

Рынок недвижимости гостиничного типа	Проблемные вопросы
Рынок апарт-отелей	Административно-процедурные задачи; Отсутствие возможности оформления прописки; Налог на имущество выше; Коммунальные услуги дороже в три раза, по сравнению с жилой недвижимостью
Рынок мини-отелей/ гостевых домов	Высокая конкуренция на рынке; Развитие на рынке платформы Airbnb; Боязнь инвесторов вкладывать свои деньги; Непростой процесс перевода в нежилой фонд
Рынок хостелов	Законодательно-юридические аспекты; Перенасыщенность рынка; Развитие на рынке платформы Airbnb; Увеличение количества мини-гостиниц с сопоставимой ценовой политикой, но отлаженными бизнес-процессами.

*таблица составлена автором.

4) Жилищный фактор. Чаще всего недвижимость гостиничного типа располагается в жилом фонде. Процесс перевода в нежилой фонд требует значительных затрат, а процедура оформления нередко бывает длительной и затруднительной. Владельцы гостиничных предприятий сталкиваются с высокими налогами на имущество и на земельные участки, что вдвое увеличивает эксплуатационные затраты бизнеса. Также одной из главных проблем гостиничного рынка недвижимости Санкт-Петербурга является высокая стоимость земли под застройку, из-за этого инвесторы решают вкладывать деньги в реконструкцию уже построенных сооружений

Для решения данных проблем рассматриваются нынешние и возможные перспективы развития недвижимости гостиничного типа.

1) Увеличение спроса и предложения рынка недвижимости гостиничного типа во время подготовки и проведения Чемпионата мира по футболу — 2018. На данный момент рынок недвижимости гостиничного типа направлен на приезжающих на время Чемпионата Мира туристов, чему поспособствовала пройденная классификация мини-отелей, хостелов и гостевых домов;

2) Сотрудничества и коллаборации. Данный тренд наиболее распространен среди хостелов. Различные сотрудничества с университетами и турфирма создает постоянную загрузку номерного фонда даже в межсезонье;

3) Ориентация на туристов, приехавших из Азии. По данным Ростуризма, Китай является лидером среди стран, формирующих турпоток России, в особенности Санкт-Петербурга, именно поэтому владельцы недвижимости гостиничного типа делают упор именно на данный сегмент;

4) Разработка стратегии конкурентной борьбы с AirBnb;

5) Брендовое управление апарт-отелями. Данный тренд в перспективе может стать на-

стоящим прорывом в области апарт-отелей, так как апарт-отели получают известность на рынке и проработанную маркетинговую стратегию;

Особое внимание следует уделить такому тренду в области недвижимости гостиничного типа, как гибриды-отели. По данным портала «ProHotel», гибриды-отели в ближайшей перспективе могут занять до половины рынка, так как данные отели практичны и направлены на удовлетворение потребностей различных сегментов. Гибриды-отели представляют собой совмещение номерного фонда разного типа, например, хостела и отеля, с единой службой обслуживания. Таким образом, отель может предоставлять услуги разным категориям людей. Формат предполагает, как наличие кухни для собственного приготовления пищи, так и заказа пищи в номер. Учитывая, что такие отели чаще всего располагаются в центре города, такой формат будет популярен в Санкт-Петербурге.

Необходимо отметить, что для повышения инвестиционной привлекательности Санкт-Петербурга, развития рынка гостиничных услуг и туризма Правительством Санкт-Петербурга от 19 апреля 2017 года была принята программа «О мерах развития гостиничной отрасли в Санкт-Петербурге». Целью программы является развитие приоритетных сегментов гостиничной отрасли: трехзвездочных гостиниц, хостелов и гостиниц на базе несамостоятельных плавучих сооружений, не являющихся судами.

Таким образом в каждом отдельном сегменте рынка недвижимости гостиничного типа есть собственные векторы развития, однако имеющиеся проблемные вопросы мешают полностью раскрыться объектам на рынке гостиничной недвижимости. Решение данных проблем окажет положительный эффект на развитие туризма и гостеприимства в городе Санкт-Петербург.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Распоряжение Правительства Санкт-Петербурга от 19.04.2017 №23-рп «О мерах развития гостиничной отрасли в Санкт-Петербурге» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://base.garant.ru/43425032/>. (Дата обращения: 02.01.2018).

2. Бударь С.Ю. Проблемы управления мини-гостиницами в курортном городе // Управление и экономика в XXI веке. — 2015. — №2. — С. 66–70.

3. Погодина А.С. Оптимизация стратегий развития малого гостиничного бизнеса в регионе // Вестник Башкирского университета. — 2010. — №4. — С. 1294–1297.

4. Обзор рынка апартаментов Санкт-Петербурга 3 квартал 2017 года [Электронный ресурс] // NaiBecar, 2017. — Режим доступа: <http://naibecar.com/upload/iblock/085/085f670097515cf0409c52d80f59d479.pdf>. (Дата обращения: 02.01.2018).

5. Обзор рынка гостиничной недвижимости Санкт-Петербурга первое полугодие 2017 года [Электронный ресурс] // Colliers International, 2017. — <http://www.hotelscatalog.ru/novosti-gostinits-sankt-peterburga/colliers-international-rynok-gostinics-sankt-peterburga-1-polugodie-2017.html>. (Дата обращения: 02.01.2018).

6. Рынок гостиничной недвижимости. Санкт-Петербург — 2017 год [Электронный ресурс] // Knight-Frank, 2018. — Режим доступа: <http://www.hotelscatalog.ru/novosti-gostinits-sankt-peterburga/>

[knight-frank-rynok-gostinichnoj-nedvizhimosti-sankt-peterburga-2017.html](http://www.hotelscatalog.ru/novosti-gostinits-sankt-peterburga-2017.html). (Дата обращения: 02.01.2018).

7. Экспертный анализ: Гостиничный рынок — новые тренды [Электронный ресурс] // Impress Media, 2017. — Режим доступа: <http://www.cre.ru/rus/analytics/0/0/42137>. (Дата обращения: 02.01.2018).

8. Экспертный анализ: О новых трендах российского гостиничного рынка [Электронный ресурс] // Impress Media, 2017. — Режим доступа: <http://www.cre.ru/rus/analytics/5/1/42848>. (Дата обращения: 13.04.2018).



Елена Романовна МЕЛЬСИТОВА

магистрант, программа «Управление гостиничным бизнесом»
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
alenasudak2013@yandex.ru

Elena R. MEL'SITOVA

Master student, program Management of Hotel Business
Saint-Petersburg State University of Economics
alenasudak2013@yandex.ru

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ КОМПЛЕКСОВ СЕТИ HAPPY SEASONS HOTEL GROUP В КРЫМУ

Аннотация. В статье рассматривается динамика развития санаторно-курортных комплексов в Крыму, а также приводится сравнительный анализ профиля медицинских услуг в сетевых оздоровительных отелях полуострова. Целью данного исследования является определение актуальности развития санаторно-курортных комплексов в Крыму, а также выявление проблем и перспектив развития анализируемых объектов, объединенных в гостиничные цепи на примере новой крымской гостиничной сети — Happy Seasons Hotel Group.

Ключевые слова: индустрия гостеприимства Крыма, продолжительность жизни, санаторно-курортный комплекс, гостиничная сеть.

PROBLEMS AND PROSPECTS OF THE DEVELOPMENT OF HEALTH-RESORT COMPLEXES OF HAPPY SEASONS HOTEL GROUP IN CRIMEA

Summary. The article deals with the dynamics of the development of sanatorium and resort complexes in the Crimea, as well as provides a comparative analysis of the provided medical services in the network health-improving hotels of the peninsula. The purpose of this study is to determine the relevance of the development of sanatoriums and resorts in the Crimea, as well as to identify problems and prospects for the development of analyzed facilities, united in hotel chains by the example of a new Crimean hotel network — Happy Seasons Hotel Group.

Keywords: the industry of hospitality of Crimea, life expectancy, a sanatorium complex, hotel network.

На Федеральном собрании 1 марта 2018 г. Президент РФ представил Совету цель принципиально нового уровня: «к концу следующего десятилетия Россия должна уверенно войти в клуб стран 80+, где продолжительность жизни превышает 80 лет».

Также В. Путин подчеркнул, что «опережающими темпами должна расти продолжительность именно здоровой, активной, полноценной жизни, когда человека не ограничивают, не сковывают болезни»[5].

Одним из главных факторов повышения продолжительности жизни является профилактика и лечение в санаторно-курортных ком-

плексах, о которых и пойдет речь в данной статье.

«Регулярная профилактика и лечение в санаторно-курортных условиях позволяют увеличить продолжительность жизни человека от 3 до 15 лет», — отмечает доктор медицинских наук А.Н. Разумов.

В России здоровых людей всего около 20%, а абсолютно здоровых — только 8%, поэтому на данный момент очень важно поддерживать здоровье граждан, в чем и состоит задача наших курортов [6].

Значительный вклад в изучение теоретических и методологических положений управле-

ния развитием санаторно-курортных комплексов был привнесен благодаря работам Г.Г. Воронцовой, О.А. Никитиной, Е.И. Богданова, А.С. Гаценбиллер, О.Н. Быковой и других авторов.

По мере повышения в обществе приоритетов здорового образа жизни и ответственного отношения человека к своему здоровью спрос на разнообразные санаторно-курортные услуги многократно увеличивается. Большинство специалистов, работающих в сфере индустрии гостеприимства, отмечают новый обязательный компонент в «портфеле потребностей» туристов, а именно, оздоровительные и спа-процедуры в период путешествия [3, с. 693].

Так в 2016 году в Крыму появляется новая сеть отелей — Happy Seasons Hotel Group. Данная сеть располагает объектами, находящимися на популярных курортах полуострова, среди которых: Евпатория, Ялта, Феодосия и Коктебель. Гостиничная цепь представлена отелями, как с круглогодичным режимом работы, так и с сезонным. Большинство гостиниц сети направлены на семейный отдых с детьми с проведением оздоровительных мероприятий. Такие отели имеют медицинские центры с большим профилем услуг. Также отели направлены на активный, а некоторые и на творческий отдых молодежи.

Гостиничная сеть объединяет в себе 7 курортных объектов, среди которых, отели, направленные на оздоровление и расположены в городе Евпатория: парк-отель «Романова», отель «Family Resort», санаторно-оздоровительный комплекс «Империя», дом семейного отдыха «Федор Шалапин», а оставшиеся три отеля: «Гранд Астория» в Феодосии, отель

«Бристоль» в Ялте и центр творческого молодежного отдыха «Yunge Art Camp» в Коктебеле.

Все объекты сети Happy Seasons Hotel Group находятся в централизованном управлении, организационно-производственная структура объектов разработана с учетом всех факторов, предъявляемых к сетевым гостиничным предприятиям с учетом основных департаментов [5]: создан центральный отдел продаж и бронирования, введены единые стандарты обслуживания во всех подразделениях — от уборки номеров до организации анимации.

Вместе с тем управляющая компания подчеркивает уникальность каждого отеля. «Мы не идем по шаблонному пути. Каждый наш отель — уникальный объект, со своей историей и душой», — комментирует генеральный директор сети Сергей Щёголев [4].

Для выявления особенностей санаторно-оздоровительных комплексов отелей сети Happy Seasons Hotel Group сравним один из объектов рассматриваемой гостиничной цепи с другими крымскими сетевыми отелями.

Для анализа возьмем парк-отель «Романова» сети Happy Seasons Hotel Group, г. Евпатория; курортный отель «Ателика Карасан» сети Ателика, п. Партенит и Центр спорта «Эволюция» сети Bregutta Hotels Group, г. Евпатория.

Проведенный анализ показал, что на территории каждого из анализируемых объектов гости могут пройти санаторно-курортное и оздоровительное лечение по различным профилям.

Самый разнообразный профиль, в том числе и с нетрадиционной медициной, наблюдается в парк-отеле «Романова» сети Happy

Сравнительный анализ медицинских центров в крымских сетевых отелях

Критерии Отели	«Романова»	«Ателика Карасан»	«Эволюция»
Рейтинг отеля по версии TopHotels	4,61	3,5	4,07
Профиль мед. центра	<ul style="list-style-type: none"> • Костно-мышечная система • Дыхательная система • Урология • Гинекология • Неврология • Аллергические заболевания • Заболевания кожи • Детское здоровье 	<ul style="list-style-type: none"> • Дыхательная система • Сердечно-сосудистая система • Костно-мышечная система • Нервна система 	<ul style="list-style-type: none"> • Опорно-двигательная система • Дыхательная система • Нервная система • Коррекция синдрома хронической усталости • Укрепление здоровья детей

Окончание табл.

Критерии Отели	«Романова»	«Ателика Карасан»	«Эволюция»
Программы мед. центра	<ul style="list-style-type: none"> • «Легкая походка» • «Гармония души» (антистресс) • «Грация» (снижение веса) • «Афродита» (женское здоровье) • «Каникулы» (для детей) • «Здоровье» (повышение иммунитета) • «Антицеллюлитная» • «Долголетие» • «Равновесие» (магнитотерапия) • «Нежное прикосновение» 	<ul style="list-style-type: none"> • Климатотерапия • Гелиотерапия • Диетология • Электро-физиотерапия • Талассотерапия (лечение морским климатом и морскими купаниями) 	<ul style="list-style-type: none"> • «Легкое дыхание» • «Легкая походка» (Опорно-двигательная система) • «Движение — это жизнь» • «Мой результат» (коррекция фигуры) • «Антистресс» • «Здоровье детей»
Медицинские специалисты	<ul style="list-style-type: none"> • Травматолог-ортопед • Невролог • Терапевт • Диетолог • ЛОР • Массажист • Физиотерапевт • Педиатр • Гирудотерапевт • Дерматолог • Гинеколог • Иглорефлексотерапевт • Кардиолог • Уролог • Хирург 	<ul style="list-style-type: none"> • Травматолог-ортопед • Невролог • Терапевт • Диетолог • ЛОР • Массажист • Физиотерапевт 	<ul style="list-style-type: none"> • Ортопер-травматолог • Невролог • Терапевт • Диетолог • ЛОР • Массажист • Физиотерапевт • Педиатр

Seasons Hotel Group. Менее расширенный профиль услуг представлен у центра спорта «Эволюция» и самый узкий профиль медицинского центра имеет гостиница «Ателика Карасан».

Главной проблемой развития сети Harry Seasons Hotel Group является повышение конкуренции на рынке гостиничного бизнеса в Крыму.

Индустрия гостеприимства очень чутко реагирует на малейшие изменения политических и экономических условий, а также запросы потребителей. Ситуация в гостиничном бизнесе в условиях санкций и экономической нестабильности характеризовалась снижением турпотока, закрытием туристических предприятий, повышением конкуренции в отрасли [1, с. 13].

Повышение конкуренции в сфере гостеприимства подтверждается открытием боль-

шого числа новых отелей в Крыму. Этому свидетельствует вложение более 176 инвесторов в строительство отелей и санаторно-курортных комплексов на полуострове. В нынешнем году инвестиции ирландского бизнеса в объеме 100 млн. евро будут направлены на строительство гостиниц в Крыму.

Также к проблемам развития новой крымской сети можно отнести сезонный режим работы некоторых ее отелей. Кратковременность летнего сезона сильно влияет на курортные отели полуострова. Так, многие из них вынуждены закрываться на зимний период, чтобы расходы не превышали доходов гостиничных предприятий.

Для большинства людей в Европе и Америке Крым — это непознанная цивилизация. Прямым стимулом для путешествия по новым направлениям для них является наличие отелей

известных сетевых брендов. Логика понятна: если в регионе есть такие гостиницы, это показатель его цивилизованности, экономической стабильности, безопасности и качества услуг. Для этого управляющая компания Harry Seasons Hotel Group должна расширяться и представлять свои объекты не только на курортном полуострове, но и в других регионах России.

Экономическое развитие рекреационной отрасли в Крыму с учетом сезонной направленности отдыха и оздоровления уступает уровню развития отраслей промышленности и торговли.

Негативными факторами влияния в данном случае выступают кратковременность курортного сезона, непрогнозируемость погодных условий, неопределенность объема потребляемых услуг, высокая степень их бесплатного предоставления отдельным категориям населения. Вместе с тем, санаторно-курортный комплекс при эффективной стратегии и тактике его функционирования, а также оптимальной системе регионального менеджмента может стать приоритетной и бюджетообразующей отраслью в Крыму, который обладает природно-климатическими предпосылками для его развития.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Воронцова Г.Г., Гаврилюк Л.А. Прогнозирование и проектирование деятельности предприятий индустрии гостеприимства в новых условиях/ Сборн. науч. трудов: Актуальные проблемы развития индустрии гостеприимства. Под ред. О.Н. Кострюковой, О.А. Никитиной, Е.В. Печерица. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2017, С. 12–15.
2. Воронцова Г.Г., Федоров Г.А. Организация производственных процессов на предприятиях туризма и индустрии гостеприимства: учеб. пособие /Г.Г. Воронцова, Г.А. Федоров. — СПб.: ФГБОУВПО «СПГУТД», 2013. — 257с.
3. Никитина О.А., Воронцова Г.Г. Диверсификация санаторно-курортной деятельности и особенности развития СПА-сегментов в индустрии гостеприимства // *Фундаментальные исследования*, 2014. № 8 (часть 3). С. 693–696.
4. Официальный сайт гостиничной цепи Harry Seasons Hotel Group. [Электронный ресурс]. Режим доступа. <http://hs-hotels.com/> (Дата обращения 04.05.2018 г.).
5. Путин: средняя продолжительность жизни в РФ должна к концу 2020-х годов превысить 80 лет. ТАСС. Информационное агентство России. [Электронный ресурс]. Режим доступа. <http://tass.ru/obschestvo/4998055> (Дата обращения 01.05.2018 г.).
6. Разумов А.Н.: «Здоровье человека должно стать основной ценностью». [Электронный ресурс]. Режим доступа. <http://ktovmedicine.ru/2017/2/aleksandr-razumov-zdorove-cheloveka-dolzno-stat-osnovnoy-cennostyu.html> (Дата обращения 01.05.2018 г.).

ОБЗОР НАУЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ



Ольга Валерьевна АРХИПОВА

д.ф.н, профессор
кафедра гостиничного и ресторанного бизнеса
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
olva@list.ru



Анна Сергеевна СКОБЕЛЬЦИНА

кандидат культурологии, доцент
кафедра гостиничного и ресторанного бизнеса
Санкт-Петербургский государственный экономический университет,
ska2005@yandex.ru

V МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ «СОВРЕМЕННЫЙ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННЫЙ БИЗНЕС: ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ»

31 мая 2018 г. на факультете сервиса, туризма и гостеприимства состоялась V Международная научно-практическая конференция «Современный гостинично– ресторанный бизнес: экономика и менеджмент». В конференции приняли участие около 100 представителей из 11 научно-образовательных организаций Российской Федерации, Белоруссии, Азербайджана.

Соорганизаторами конференции выступили ведущие вузы, реализующие соответствующие

образовательные программы, среди них: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Крымский федеральный университет имени В.И.Вернадского, Дальневосточный федеральный университет, Белорусский государственный экономический университет. В Программный комитет конференции вошли:

Цёхла Светлана Юрьевна — д.э.н., профессор, зав. кафедрой менеджмента предпринимательской деятельности, Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского;

Степанова Светлана Александровна — д.э.н., профессор, зав. кафедрой гостиничного и ресторанного бизнеса, Санкт-Петербургский государственный экономический университет;

Овчаренко Наталья Петровна — к.т.н., доцент, врио зав. кафедрой сервиса и туризма, Дальневосточный федеральный университет;

Шаврук Юлия Александровна — к.э.н., заместитель декана факультета коммерции и туристической индустрии, УО «Белорусский государственный экономический университет»

Романов Виталий Юрьевич — заместитель генерального директора АО «По туризму и экскурсиям «Крымтур».

Открыла конференцию доцент кафедры менеджмента предпринимательской деятельности Крымского федерального университета им. В. И. Вернадского им. В. И. Вернадского Ирина Павленко: «Сегодня мы проводим конференцию, которая посвящена основным тенденциям развития гостиничного бизнеса на современном этапе. В телемосте примут участие Дальневосточный федеральный университет, Белорусский государственный экономический университет, Санкт-Петербургский экономический университет — это те вузы-лидеры, которые сейчас занимаются подготовкой кадров в гостиничной индустрии». Основная цель мероприятия — организация и развитие сообщества преподавателей и студентов, интересующихся новыми достижениями гостиничной индустрии Российской Федерации.

На пленарном заседании, которое проводилось с помощью скайп связи, с прямым включением Симферополя, Минска, Владивостока, от Санкт-Петербургского государственного экономического университета с докладами выступили участник программного комитета конференции С.А. Степанова и модератор конференции А.С. Скобельцына.

После пленарного заседания состоялись секционные выступления по следующим темам:

- региональные аспекты социально-экономического развития гостиничного и ресторанного бизнеса Северо-Западного федерального округа;
- современные тенденции и инструменты развития гостиничного, ресторанного и санаторно-курортного дела;
- человеческие ресурсы и культура обслуживания в гостинично-ресторанном бизнесе;
- управление конкурентоспособностью, туристические технологии и инновации в индустрии гостеприимства.

В секции кафедры гостиничного и ресторанного бизнеса Санкт-Петербургского государственного экономического университета «Региональные аспекты социально-экономического развития гостиничного и ресторанного бизнеса северо-западного федерального округа» (руководитель зав. кафедрой ГиРБ профессор С.А. Степанова) приняли участие преподаватели кафедры, магистры и бакалавры направления подготовки «Гостиничное дело».



Фотографии с пленарного заседания конференции



Президиум конференции от СПбГЭУ



Доктор экономических наук, профессор Степанова Светлана Александровна, участник программного комитета, приветствует собравшихся

В соответствии с программой конференции на секции с докладами выступили руководитель секции, зав.кафедрой Степанова С.А., преподаватели кафедры Архипова О.В., Воронцова Г.Г., Клейн Е.Д., Шабалин В.В., магистры и студенты кафедры.

По итогам V Международной научно-практической конференции «Современный гостинично—ресторанный бизнес: экономика и менеджмент» опубликован сборник материалов, все статьи размещены в библиотечной системе РИНЦ.

Результатом конференции стало принятие Соглашения, в котором была отмечена высокая значимость конференции для развития научно-образовательных связей. В Соглашении также была подчеркнута необходимость продолжения активного общения профессорско-преподавательского состава, магистрантов и студентов региональных вузов с целью информирования друг друга об опыте развития индустрии гостеприимства, генерирования новых идей для сотрудничества и научно-практической деятельности в рамках гостиничного и ресторанный бизнеса.

Научное издание

**ВЕСТНИК
ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА**

Научный сборник

Выпуск 4

Подписано в печать 00.09.17. Формат 60×84 1/8.

Печ. л. . Тираж 000 экз. Заказ 000.

Издательство СПбГЭУ. 191023, Санкт-Петербург, Садовая ул., д. 21.

Отпечатано на полиграфической базе СПбГЭУ



ПРИГЛАШАЕМ НА ОБУЧЕНИЕ ПО ПЕРСПЕКТИВНЫМ НАПРАВЛЕНИЯМ БАКАЛАВРИАТА:

ГОСТИНИЧНОЕ ДЕЛО

Обучение ориентировано на подготовку специалистов в области гостиничного и ресторанного бизнеса. Учебный план направления основан на программах международных школ гостиничного менеджмента. Значительная часть дисциплин читается практиками – известными отельерами и рестораторами. Студентам предоставляется возможность получения двух дипломов совместно с Сайменским университетом прикладных наук, Финляндия. По окончании обучения бакалавр по направлению «Гостиничное дело» может занимать различные должности от администратора до руководителя службы приема и размещения, бронирования, службы консьержей, отдела маркетинга и продаж, отдела бюджетирования, службы управления персоналом, работников СПА-комплексов и мн. др.

Вступительные испытания (ЕГЭ): русский язык, иностранный язык, обществознание.

СЕРВИС

Обучение ориентировано на подготовку высокопрофессиональных креативномыслящих специалистов для быстроразвивающегося сервисного сектора экономики. Выпускники соответствуют требованиям профессиональных стандартов и работодателей индустрии сервиса. Подготовка бакалавров реализуется квалифицированными преподавателями, среди которых руководители предприятий сферы услуг. По окончании обучения бакалавр по направлению «Сервис» может занимать такие должности как руководитель отдела сервисной организации; специалист по работе с клиентами, специалист по работе с корпоративными клиентами, специалист отдела продаж; специалист по организации выставок, ярмарок; организатор конференций, конгрессов; специалист по организации мероприятий (event-менеджер).

Вступительные испытания (ЕГЭ): русский язык, математика (профильная), обществознание.

ТУРИЗМ

Процесс подготовки бакалавров по направлению «Туризм» ориентирован на формирование компетенций специалистов для работы в качестве руководителя организаций сферы туризма в России и за рубежом. Студенты имеют возможность практиковать свои знания языков и отработать навыки анализа деятельности организаций и управления на предприятиях, предоставляющих туристские услуги, контролирующими этот вид деятельности или участвуя в волонтерском туристском движении.

Вступительные испытания (ЕГЭ): обществознание, русский язык, история.



**Факультет сервиса, туризма и
гостеприимства**

dept.ftgh@unecon.ru

**Адрес: 190005, г. Санкт-Петербург, 7-я
Красноармейская ул., д. 6/8,
ауд. 101, 102, 105**