



УДК 640.4

DIVERSIFICATION OF SERVICES IN BUSINESS HOTELS
ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ПОСЛУГ В ГОТЕЛЯХ ДІЛОВОГО ПРИЗНАЧЕННЯ**Komziuk V.M. / Комзюк В.М.****Myroshnyk Y.A. / Мирошник Ю.А.***assist. / асист.***Bondar N.P. / Бондар Н.П.***s.t.s., as.prof. / к.т.н., доц.**National university of food technologies, Kyiv, Volodymyrska str. 68, 01601**Національний університет харчових технологій, Київ, вул. Володимирська 68, 01601*

Анотація. В статті проаналізовано сучасний стан та перспективи розвитку ділового туризму в Україні. Запропоновано та обґрунтовано використання технологій SmartWall для зонування робочого простору в бізнес центрах при готельних комплексах. Наведено асортимент сучасних засобів представлення інформації та автоматизації управління обладнанням конференц залів. Доведено необхідність диверсифікації послуг для бізнес-туристів.

Ключові слова: діловий туризм, бізнес туризм, ділова поїздка, готель ділового призначення, бізнес-готель.

Вступ.

Сьогодні діловий (бізнес) туризм, як особлива форма туризму, займає вагомий частку в світовому туристичному русі. За даними International Congress and Convention Association в 2015 році в Україні проводилося лише 5 великих міжнародних конгрес-заходів. З 2016 року їх число збільшилося до 8 [1]. За даними Адміністрації Держприкордонслужби, у 2016 році до України в'їхало 13,6 млн. туристів, у 2017 році – 14,4 млн, а лише за першу половину 2018 року – понад 12 млн осіб. Суттєва частка туристів, при цьому, вказувала метою своєї поїздки – ділову або службову [2]. Близько 9% всіх міжнародних поїздок – ділові. Ці дані дозволяють впевнено стверджувати про збільшення попиту на послуги готелів ділового призначення, як засобів розміщення для українців, які подорожують всередині країни, так і для іноземців. Забезпечення 60-65% завантаження лише завдяки бізнес туристам – цілком реальна перспектива для готелів даного типу [3].

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблеми й перспективи розвитку ділового туризму в Україні й світі досліджували в своїх працях такі вчені, як: Н.А. Дехтяр [4], В.К. Федорченко [5], О.Ю. Малиновська [6], Н.В. Титова [7], А.Ю. Александрова [8], Х.Й. Роглев [9] та інші.

Метою статті є розробка рекомендацій по впровадженню додаткових послуг для бізнес-туристів на базі готельних комплексів.

Основний текст.

Існує досить багато тлумачень самого поняття «діловий туризм». Найбільш поширеним є наступне. Діловий туризм – це поїздки людей, пов'язані з їх роботою. Це одна з найдавніших форм туризму, пов'язана з розвитком торгівлі ще в стародавніх цивілізаціях [10].



В організації інфраструктури бізнес-туризму в Україні провідну роль відіграють готелі ділового призначення (бізнес-готелі, конгрес-готелі). Дані готелі повинні бути здатними забезпечити бізнесменів повним комплексом необхідних умов для ділових зустрічей та надавати широкий спектр додаткових послуг.

Крім того, готелі, які розташовують на своїй базі бізнес-центри, мають додаткову можливість проводити різні конференції, виставки та тренінги за індивідуальним замовленням.

Розвиток технологій сьогодні дозволяє створювати нові конференц-зали, що матимуть вагомі переваги над звичайними, що проектувалися шаблононо протягом десяти років.

Дослідження та аналіз закордонного досвіду дає змогу стверджувати про перспективність конференц-залів-трансформерів, а також впровадження інтерактивного управління залом під час організації та проведення конференцій із застосуванням новітніх цифрових технологій.

Головною перевагою інтерактивного конференц-залу є багатофункціональність, тобто здатність в найкоротший термін трансформуватися, змінюючи своє призначення від тренінгової кімнати до кімнати для проведення переговорів або залу для проведення корпоративного заходу.

Нові технології, що застосовуються в побудові даних рішень, дозволяють використовувати всю корисну площу приміщення максимально ефективно, концентруючи увагу присутніх на питаннях, що обговорюються. Рішення з моторизованими екранами, ліфтами для проекторів та плазмових панелей дозволяють змінювати призначення приміщення без демонтажу обладнання, а використання комплексної системи управління створює можливості прописувати заздалегідь підготовлені сценарії [11].

Для зручного зонування єдиного простору конференц-залу можна запропонувати використання стін SmartWall (рис. 1).



Рис. 1. Приклад розсувних стін SmartWall

Стіна - трансформер SmartWall володіє наступними перевагами:

- безпечна і оперативна трансформація;



- надійність каркаса з алюмінієвого профілю;
- можливість замовлення перегородки різних варіантів дизайну;
- актуальність для різних стилів інтер'єру (модерн, мінімалізм, класика та ін.), ефектний зовнішній вигляд.

Такого типу перегородки в останні роки досить широко використовують в готелях і ресторанах США та Китаю. На ринку України стіни SmartWall представлені досить в широкому асортименті компанією NAYADA. Крім цього компанія пропонує ще досить цікаве рішення для зонування приміщення, що можна використати в конференц-сервісі. Це скляні мобільні перегородки SmartGlass. При звичайному освітленні – це звичайне, прозоре скло. При підключенні до енергомережі – скло стає матовим. Поєднання SmartWall та SmartGlass в інтер'єрі сучасних конференц-залів – дасть змогу одне і теж саме приміщення інтерпретувати в десятках варіантів [12].

Проте, зонування приміщення ділового призначення без застосування новітніх мультимедійних технологій неможливе.

Дані завдання вирішуються за рахунок застосування сучасних засобів представлення інформації та автоматизації управління обладнанням комплексу.

Основним засобом відображення в більшості конференц-залів є звичайний мультимедійний проектор. Та для задоволення потреб і запитів бізнесменів, MICE – менеджерів цього недостатньо. Необхідно впроваджувати не тільки панорамні екрани, що дозволять демонструвати зображення як в 2D, так і в 3D режимі, а й поєднувати їх з інноваційним програмним забезпеченням, прикладом якого є Dataton Watchout – швидкий спосіб створення вражаючих мультимедійних шоу (рис. 2) [13].

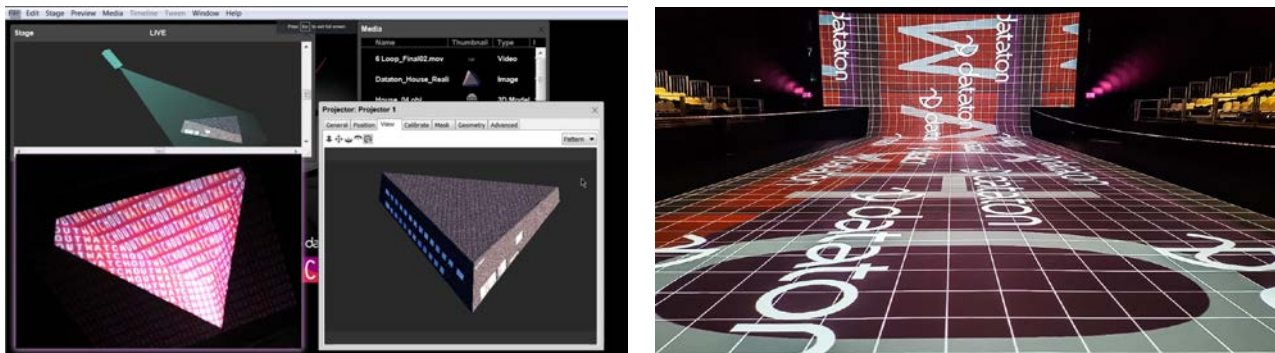


Рис. 2. Проекція зображень за допомогою програмного забезпечення Dataton Watchout

В якості останнього покоління системи конференц-зв'язку можна запропонувати – блок DCN-multimedia фірми BOSCH (рис.3). При розробці даної системи розробники сфокусувалися на створенні найкращого способу обміну інформацією між учасниками. З появою DCN-multimedia стало можливим використовувати не тільки аудіо- але й відеоконтент, здійснювати спільний доступ до перегляду документів, презентацій, мати доступ в інтернет. Для цього на мультимедійних настільних пристроях конференц-системи є сенсорні екрани завбільшки з невеликий планшет. Крім зручності, спільне



використання різних форматів даних істотно підвищує рівень залученості учасників заходу.



Рис. 3. Мультимедійний пристрій DCN-multimedia

Основні характеристики мультимедійного пристрою DCN-multimedia:

- 7” сенсорний екран (ємнісний);
- функція автоматичного налаштування мережі;
- знімний компактний мікрофон. Також опціонально може бути встановлений мікрофон з довгим або коротким шнуром, мікрофон на гнучкій ніжці; вбудований двосмуговий гучномовець.

Для управління всім комплексом обладнання інноваційного конференц-залу пропонується система інтегрованого дистанційного керування CRESTRON (США). Система управління не тільки надає можливість керувати окремими системами комплексу, але й дозволяє заздалегідь запрограмувати найбільш часто використовувані сценарії при управлінні комплексом.

Але, крім зручних залів та новітнього обладнання гостям завжди необхідна надихаюча атмосфера і енергія протягом усього робочого дня. В цьому запорука успіху кожного заходу. Інноваційні інтер'єри покликані виконувати цю функцію. Наприклад, оформлення приміщення з зображенням зеленіючих дерев дають змогу передати свіжість лісу, надихаючи та сповнюючи природньою енергією.

Зону для кава-брейків, як невід'ємну складову конференц-сервісу, запропоновано також умовно поділити на 3 ділянки:

1) «Зона поповнення енергії» покликана оновлювати сили учасників заходу: сендвічі, фрукти, запашна кава прекрасно втамовують голод; напої з натуральних фруктів дають додаткову енергію і заряджають вітамінами.

2) «Зона релаксації» дозволяє моментально розслабитися: в навушниках можна послухати спів птахів, шум вітру або прибою. Доповнити картину відпочинку можна за допомогою окулярів віртуального бачення.

3) В «Зоні мозкового штурму» таблички з надихаючими, мотивуючими фразами закликають до продуктивної роботи; іграшки-говололомки дають невелике «розвантаження» мозку, на час перемикаючи на себе увагу; великі White boards підходять для записів, підбиття підсумків та аналізу виконаної



роботи. Також тут завжди можна залишити відгуки та коментарі про проведений захід.

Використання вище описаних засобів і інноваційних підходів до проектування сучасних конференц-залів при готелях однозначно сприятиме залученню більшої кількості ділових туристів протягом усього року. Це позитивно впливатиме як на економіку одного конкретного готелю, так і на економічний стан країни в цілому.

Проте, з кожним роком запити ділових туристів зростають. Стандартна галузева практика відкладати реєстрацію гостей до 14:00 і вимагати від'їзду до полудня не завжди задовольняє потреби ділових туристів. Наприклад, деякі готельні мережі США (Four Seasons, Montage) пропонують час реєстрації заїзду вже о 7:00, а виїзду – о 18:00, у багатьох готелях діє цілодобова політика реєстрації заїзду / від'їзду.

Так, близько 75% туристів бажають продовжити свою ділову поїздку на день-два для власного відпочинку. Оскільки часу в ділових подорожах на розваги і відпочинок у бізнесменів не багато, то відправною точкою тут буде саме готель. З огляду на це, сучасним готелям ділового призначення необхідно передбачити комплекс з додаткових послуг. Наприклад, перспективним є створення на базі готелю відділу з організації екскурсій по місту. Україна в цьому випадку має надзвичайно великий потенціал, адже кожне велике місто – пронизане багатоміліонною, цікавою історією, має багато визначних місць та пам'яток культури.

Близько 50% туристів в останні роки беруть з собою у відрядження родину. В США та в багатьох країнах Європи, більшість бізнес-готелів на рівні з конференц – сервісом пропонують так звані пакети послуг «Мері Попінз». Готелі тісно співпрацюють з дитячими центрами та агенціями з найму нянь. Це дає змогу батькам працювати, а дітей в цей час забезпечити відповідним доглядом та розвагами. Таким чином, готелі отримують не тільки додаткових клієнтів, а й відповідно додаткові фінансові надходження за більш довготривале перебування гостей.

Однак, найголовнішими вимогами, що висувують бізнесмени до готельних послуг, залишаються: комфортність проживання (наявність в номері робочого місця, стаціонарного телефону, достатньої кількості розеток, звукоізоляція, WiFi, room-service і т.д.), швидкість обслуговування, надійний трансфер, зручне розташування готелю. Для задоволення своїх потреб іноземні туристи здебільшого обирають великі мережеві готелі, що підтримують світовий рівень комфорту і обслуговування. В Україні це готелі мережі Hilton, Radisson, Intercontinental. Готелі ділового призначення України повинні покращити рівень обслуговування, а також налагодити довірливі відносини зі споживачами. Для цього необхідне впровадження спеціальних пропозицій, технічного супроводу та інноваційних технологій в проведенні різних заходів.

Висновки.

На сучасному етапі розвитку сфери гостинності та туризму, діловий туризм знаходиться у перехідному стані від звичайних відряджень до повноцінної бізнес-індустрії. Використання технологій SmartWall для



зонування робочого простору в бізнес-центрах при готелях, сучасних засобів представлення інформації та автоматизації управління обладнанням конференц-залів – необхідні умови для диверсифікації послуг для бізнес-туристів.

Література.

1. Офіційний сайт Міжнародної асоціації конгресів і конференцій – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.iccaworld.org/>
2. Офіційний сайт Державної прикордонної служби України – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://dpsu.gov.ua/>
3. Гостиничный бизнес: тенденции конференц-услуг // Hotel Business Сертифицированный журнал для отельеров – 2013.
4. Дехтяр Н.А. Тенденції розвитку світового ринку ділового туризму / Н.А. Дехтяр // Проблеми економіки. – 2014. – № 1. – С. 43-51.
5. Федорченко В.К. Гостиничное хозяйство: основные показатели, оценка качества услуг: учеб. пособие. / В.К. Федорченко, И.М. Минич. – К.: Логос, 1999. – 76 с.
6. Малиновська О.Ю. Розвиток ділового туризму в світі / О.Ю. Малиновська, О.В. Третьяков // Географія та туризм. – 2012. – Вип. 18. – С.62-68.
7. Титова Н.В. Діловий туризм в Україні: основні проблеми розвитку та шляхи їхнього вирішення / Н.В. Титова // Економіка і менеджмент культури. – 2013. – №1. – С. 67-74.
8. Александрова А.Ю. Международный туризм: учебник / А.Ю. Александрова. – М.: Аспект Пресс, 2004. - 185 с.
9. Роглев Х. Й. Основи готельного менеджменту: Навчальний посібник / Х. Й. Роглев // Київський ун-т туризму, економіки і права. – К.: Кондор, 2009. – 405 с.
10. Davidson, R. Business Travel. – Pitman Publishing, London, 1994.
11. Ткаченко, Т.И. Устойчивое развитие туризма: теория, методология, реалии бизнеса: монография / Т.И. Ткаченко. – 2-е изд., Перераб. и дополн. – М.: Киев. нац. торг.-экон. ун-т, 2009. – 463с.
12. Офіційний сайт NAYADA Україна – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nayada.ua>
13. Офіційний сайт DATATON – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.dataton.com/>

References:

1. Official site of the International Congress and Convention Association - [Electronic resource]. - Access mode: <https://www.iccaworld.org/>
2. Official site of the State Border Guard Service of Ukraine - [Electronic resource]. - Access mode: <https://dpsu.gov.ua/>
3. Hotel business: trends of conference services // Hotel Business Certified Journal for hoteliers - 2013
4. Dekhtyar N.A. Trends in the development of the world market for business tourism / N.A. Dehtyar // Problems of the economy. - 2014. - No. 1. - P. 43-51.
5. Fedorchenko V.K. Hospitality: key indicators, service quality assessment: study. allowance / V.K. Fedorchenko, I.M. Miniclip - K.: Logos, 1999. - 76 p



6. Malinovskaya O.Yu. Development of business tourism in the world / O.Yu. Malinovskaya, O.V. Tretyakov // Geography and Tourism. - 2012. - Exp. 18. - P. 62-68
7. Titova N.V. Business tourism in Ukraine: main problems of development and ways of their solution / N.V. Titova // Economy and management of culture. - 2013. - №1. - С. 67-74.
8. Alexandrova A.Yu. International tourism: a textbook / A.Yu. Alexandrova - M.: Aspect Press, 2004. - 185 p.
9. Roglyev H. Y. Fundamentals of hotel management: Textbook / H. Y. Roglyev // Kyiv University of Tourism, Economics and Law. - K.: Condor, 2009. - 405 p
10. Davidson, R. (1994). Business Travel. Addison Wesley Longman
11. Tkachenko, T.I. Sustainable Tourism Development: Theory, Methodology, Business Realm: Monograph / T.I. Tkachenko - 2nd ed., Pererab. and supplement - Moscow: Kiev. nats Trade-econ. Unt., 2009. - 463s.
12. Official site of NAYADA in Ukraine - [Electronic resource]. - Access mode: <http://www.nayada.ua>
13. Official site of DATATON - [Electronic resource]. - Access mode: <https://www.dataton.com/>

Abstract. Now, the business tourism, as a special form of the tourism industry, has a significant share in the global tourist movement. According to the International Congress and Convention Association in 2015, only 5 major international congress events were held in Ukraine. Since 2016 their number has increased to 8. According to the State Border Guard Service of Ukraine, in 2016 13.6 million tourists arrived in Ukraine, 14.4 million in 2017, and over 12 million people in the first half of 2018. A significant proportion of tourists, while pointing out the purpose of their trip - business or service. About 9% of all international travel is business.

The article analyzes the current state and prospects of development of business tourism in Ukraine. The using of technologies of SmartWall offers and reasonable for zoning working of space in business centers in the hotel complexes. The assortment of modern means of information representation and automation of equipment management of conference halls is presented. The necessity of diversification of services for business tourists is proved.

Key words: business tourism, business trip, business hotel.

Стаття відправлена: 28.01.2019 г.

© Комзюк В.М., Мирошник Ю.А., Бондар Н.П.