

Гвоздєв І.П.*Ст-т кафедри теорії архітектури**Київський національний університет будівництва та архітектури*

orcid.org/0000-0002-1157-3862

ptaliney@gmail.com

Рогожнікова О.Є.*Головний архітектор проекту, Канд арх., доц. каф. теорії архітектури**Київський національний університет будівництва та архітектури*

eekunda563@gmail.com

**СИСТЕМАТИЧНИЙ АНАЛІЗ КОФЕРЕНЦ-ПОСЛУГ ТА
МОТИВАЦІЇ СТВОРЕННЯ КОНГРЕС-ГОТЕЛІВ В УКРАЇНІ (НА
ПРИКЛАДІ КОНГРЕС-ГОТЕЛЮ “MERCURE KYIV CONGRESS”
М.КИЇВ)**

Анотація

У статті розглянутий розвиток індустрії гостинності в Європі, потреба на пряму конгрес-готелів в Україні, на прикладі концепції «Mercure Kyiv Congress» та приведені рекомендації розвитку цього напрямку.

Ключові слова: функціональні можливості готелів, попит на готельні послуги, діловий туризм, потенціал конгрес-комплексів.

Постановка проблеми.

Останнім часом в Україні розвивається багато різних типів готельних комплексів - ділових, курортних, бізнес-готелів і т.д.. Розвиток типології диктується споживчим попитом. Одним із затребуваних типів є комплекси для організації та проведення ділових зустрічей, конференцій, нарад, симпозіумів, виставок. Такі комплекси вимагають наявності в своєму складі, як безпосередньо готельної функції, так і груп приміщень для ділової активності - конференц-залів, переговорних, залів для нарад, тощо, а також приміщень для організації вільного часу учасників: клубні приміщення, фітнес зали, туристичне бюро. Актуальність виникає в потребі популярності таких заходів - використання курортних або ділових комплексів. Новизна - поєднання в одному комплексі курортних, ділових та туристичних функцій.

Архітектурно-планувальна організація споруд готелів - важливий фактор їхнього функціонування, особливості архітектури, значно виразніше планування готельних споруд, суттєво виділяє їх на фоні споруд іншого функціонального профілю. Водночас, архітектурно-планувальна організація готелів також зазнає

впливу ряду чинників, серед яких основні: історичний тип будівлі, місце у міській забудові, характер природного ландшафту, категорія готелю, економічні, етнічні особливості регіону. Різні цілі туристських подорожей зумовили появу багатофункціональних готелів, що поєднуються з установами іншого цільового призначення: адміністративними і торговими закладами, навчальними і конгрес-центрами, концертними і виставковими залами та ін. Зокрема, таке поєднання характерне для Центру міжнародної торгівлі у Москві, у структурі якого два готелі (квартирного й атріумного типу), діловий центр з виставковим і конгрес-залом, приміщення для офісів і торгівлі. Туристичний комплекс "Київська Русь" у Києві охоплює два готелі, туристичне агентство і конгрес-хол. Готелі розташовані у туристично-оздоровчих районах серед природних ландшафтів характеризуються безпосереднім зв'язком архітектурно-планувальних форм з оточуючим рельєфом. Характер природного ландшафту зумовлює вибір архітектурних форм, серед яких розрізняють: готелі в межах туристично-оздоровчих центрів разом з іншими туристськими закладами найчастіше об'єднуються у туристичні комплекси. Згідно з спеціалізацією розрізняють такі типи туристичних комплексів: молодіжний туристичний комплекс - туристичний готель, туристичну базу, гірськолижну станцію; водноспортивний туристичний комплекс - туристичний готель, водну базу (акватель, флотель), водну станцію (ботель). Поєднання чинників формування архітектурно-планувальних форм у конкретному випадку зумовило виникнення різних типів конструкцій готельних споруд.

У типології готельних споруд згідно архітектурно-планувальних форм доцільно приймати до уваги два критерії: по-перше, розташування і зв'язок між основними функціональними приміщеннями і, по-друге, планування згідно певної геометричної форми. Згідно використання у будівництві готелю основних геометричних форм, виділяються такі типи планування:

- спрощене планування. Ця модель планування представлена у формі прямокутника і є найбільш поширеною серед готельних споруд. Зокрема такий тип характерний для готелю "Sokos Viru" у Талліні (Естонія) тощо.

- компактне планування, характеризується використанням різних геометричних форм: квадрата - готель "Київ" в столиці України, трикутника - готель "Travelodge Southbann Melbourne" у Мельбурні (Австралія), багатокутника - готель "Pacific" у Шігасакі (Японія), круга - готель "Салют" у Києві, еліпса - готель "Казахстан" в Алмати (Казахстан) та ін.

- ускладнене планування, пов'язане з різним блокуванням номерів і житлових поверхів із зміщенням від прямолінійного, трапецієподібного, криволінійного типів: Т-подібне блокування - готель "Royal Garden" у Лондоні (Великобританія), П-подібне - готель "Grand Hotel Warszawa" у Варшаві (Польща), Н-подібне - готель "Rihga Royal" в Осаці (Японія), Х-подібне - готель

"Прибалтійський" у Санкт-Петербурзі (Росія), хрестоподібне - готель "Toraz Hotel Poznan" у Познані (Польща), трилисник - готель "New Otani Tokyo" у Токіо (Японія), Z-подібне - готель "Radisson Sas Grand Hotel" у Софії (Болгарія), східчаста із зміщенням житлових поверхів або номерів - готель "Салют" у Москві (Росія), "Братислава" у Києві тощо.

- атріумне планування пов'язується з внутрішньою застеленою галереєю спрощеного або ускладненого типу: прямокутне з внутрішнім двориком - готель "Sheraton" у Сіетлі (США), квадратне - готель "Hyatt Regency" в Атланті і Чикаго (США), трикутне - готель "El Mansour" в Касабланці (Марокко) та ін.

Перші туристичні подорожі були пов'язані з розвитком торгівлі та обміну, перш за все в Азії і на Близькому Сході. Саме діловий туризм став першопричиною появи підприємств готельного господарства на територіях тих регіонів, де проходили великі торговельні шляхи. Вздовж цих шляхів створювалися караван-сараї - спеціальні пункти для людей та загони для верблюдів і коней, які служили для постояльців захистом не тільки від негоди, але і від грабіжників.

Початок новітньої історії для підприємств готельного господарства Європи став «золотою епоєю» і тривав із початку 60-х і до кінця 80-х рр. ХХ ст. Це була епоха масштабного будівництва засобів розміщення і їх високого завантаження. Основні причини цього явища зумовлювалися зміною демографічної ситуації після другої світової війни, розвитком туризму як однієї із провідних галузей економіки в західних країнах і політикою цих країн в соціальній сфері. З 1960 р. бере початок будівництво нових підприємств готельного господарства на Середземних курортах, а пізніше і в скандинавських країнах. Активне будівництво бізнес-готелів розпочалося з 1970-х рр., що було обумовлене збільшенням частки бізнес-поїздок. Туризм і зростаюча з кожним роком готельна база перетворились в індустрію послуг, яка в поєднанні з індустрією розваг стала джерелом отримання прибутку. Під час «золотого періоду» теорія управління надавала перевагу питанням, які були пов'язані не із скороченням витрат і підвищення якості послуг, а з формуванням цінової політики. Інфляція, характерна риса економіки всіх європейських країн того часу, сприяла підвищенню цін на нерухомість, а підприємства готельного господарства піднімали ціни на проживання у відповідності із зростанням рівня життя. Все це дозволяло інвесторам вкладати гроші в готельний бізнес, отримуючи прибутки. Реальні труднощі підприємства готельного господарства «відчули» в кінці 1980-х рр. Виникла потреба у використанні нових методів підвищення ефективності господарювання: технічні прийоми, спрямовані на збільшення попиту; На підставі вище викладеного можна зробити висновки, що індустрія гостинності Європи розвивалася, по-перше, завдяки змінам в ментальності суспільства і соціально-економічним перетворенням, по-друге, внаслідок технічного

прогресу: в підприємствах готельного господарства з'явилися технічні новинки (стали використовувати нові матеріали і технології в будівництві, засоби зв'язку тощо).

Сучасний готель покликаний створити комфортабельні умови для проживання гостя і надати йому ряд додаткових послуг. Основні засади, прийняті до уваги при проектуванні та спорудженні будівлі готелю:

- Будівля (або комплекс будівель) повинні органічно вписуватися в навколишнє середовище, зберігаючи особливості міського чи сільського ландшафту;

- Слід враховувати природно-кліматичні чинники, температуру і вологість повітря, кількість опадів, швидкість і напрям вітру тощо;

- Планування будівлі повинно забезпечувати раціональну організацію обслуговування і відповідний комфорт проживаючим, відповідати функціональним вимогам (зручність під'їзду до будівлі, близькість магістралей);

- Будинок має відповідати естетичним, технічним, санітарно-гігієнічним, екологічним нормам. Слід передбачати можливість реконструкції будинку;

- Архітектурне, конструктивне і планувальне рішення будинку повинні забезпечувати оптимальне співвідношення витрат на його експлуатацію та доходів від надання послуг готельного підприємства;

Тренди в сегменті готельного бізнесу показують, що майбутнє однозначно за об'єктами, які об'єднують в себе функціональні можливості готелів для короткострокового проживання, квартир для довгострокової оренди, в тому числі професійних конгрес-холлів як відкритого, так і закритого типу, виставочних центрів, а також ресторанів, і барів. При цьому загальноприйняте поняття зірковості готелів відійде на другий план. На даний час гість все частіше звертає увагу на мультизадачність готелю: він хоче не тільки отримати комфортний номер і максимальний набір додаткових послуг, але і мати можливість проводити семінар або конференцію, взяти напрокат виділену зону або повноцінний офіс для роботи, а після ділових заходів добре провести час, не покидаючи територію готелю. Адже сфера ділового туризму - одна з найбільш швидко розвиваючихся і перспективних напрямків туристичного бізнесу в усьому світі. І потреба розвитку напряму конгрес-готелів у світі пов'язана з зростанням популярності ділового туризму. На даний час лідерами конгрес туризму є переважно країни Європи, хоча в останні роки популярність придбал Китай. Україна на сьогоднішній день не має спеціалізованих конгрес-центрів і конгресних готелів, здатних вмістити велику кількість учасників. Проте, в Україні існують готелі конгресного типу, які здатні надати широкий комплекс послуг для обслуговування туристів. Особливо часто такі заходи проводяться в Києві, Одесі. Робота з корпоративними клієнтами вигідна готелем в першу чергу тому, що ринок конгресного туризму генерує попит на готельні послуги в

міжсезоння. Короткі терміни перебування клієнта в готелі (в середньому 1-2 ночі), тому для нашого сегмента компенсуються високими обсягами попиту. Середня корпоративна група складає 120-130 чоловік, що зазвичай дозволяє заповнити готель відразу на 60-65%. Аналогічна схема лягає на конференц-зали та ресторани. Головне для учасника заходу - це комплексність послуг, щоб можна було провести весь свій бізнес-день, не виходячи з готелю, а надання додаткових послуг зазвичай впливає і на доходи за основним видом діяльності готелю. Клієнтами конгресних готелів зазвичай є крупні бізнесмени, наукові політики, громадські діячі. Як правило, такі люди багато подорожують, тому їм слід запропонувати нові і неординарні ідеї відпочинку.

Для прикладу в Україні, напрямок цього руху представляє конгрес-готель "Mercure Kyiv Congress" - це третій готель компанії AccorHotels в Києві і п'ятий - в Україні. AccorHotels - це культовий бренд готелів, який об'єднує 4100 готелів в більш ніж 90 країнах світу. Її портфель включає такі готельні мережі, як Raffles, Fairmont, Sofitel, Swissotel, Pullman та багато інших. Зокрема в Україні до списку готелів входять: 5-зірковий Fairmont Grand Hotel Kyiv (Київ), 3-зірковий готель «ibis Київ Центр» (Київ), 3-зірковий ibis Styles (Львів), а також 5-зірковий Hotel De Paris Odessa MGallery by Sofitel (Одеса).

Готельний ринок України в достатній мірі сформований, насичений і реалізувати нову бізнес-ідею на перспективному, постійно зростаючому напрямку стає все складніше. І все ж в ньому можливі концептуальні експерименти і створення нових напрямків. Такою концептуальною інновацією, як для України, так і для її столиці, став конгрес-готель Mercure Kyiv Congress. Обрана творцями концепція напрямку професійних конгрес-готелів з мультифункціональними залами для конференцій, семінарів і банкетів за даними дослідженнями виявилася вільна. Це перший в Києві готель, який пройшов шлях змін і став частиною однієї з найбільш прогресивних міжнародних мереж AccorHotels. Ключові складові для успіху і процвітання проекту стала продумана концепція, правильно підібраний напрям і позиціонування. Конгрес-готель Mercure Kyiv Congress функціонує в Києві декілька років. Унікальність і одночасно складність цього проекту полягає в тому, що пройшовши процес ребрендингу, змінилася концепція, і в результаті великої роботи професіоналів вперше на українському ринку був представлений відомий європейський бренд. Незвичайна і інноваційна для українського ринку концепція готелю Mercure має на увазі ідею «in harmony with people and places» (гармонія людей з містами), яка передбачає здатність проекту зберегти місцевий колорит і поєднати його з інноваціями в сфері гостинності, що вдалося команді Mercure Kyiv Congress реалізувати в повній мірі. Даного принципу дотримуємося і при організаційних заходів, коли стоїть завдання не просто надати зали в оренду, а запропонувати найактуальніші варіанти, які перевершать початкові ідеї організаторів. Для цього

необхідно продумати всі можливі логістичні рішення, врахувати особливості локації.

Готель розташований в бізнес-районі Києва, знаходиться всього в декількох хвилинах ходьби від станції метро «Шулявська», Солом'янського району. Стильний готель є прикладом архітектури в французькому стилі у Києві. У структуру готелю входять 160 номерів різних категорій, конференц-арена площею 5000 кв.м, два ресторани з дизайнерськими терасами, фітнес-зона з басейном і тренажерним залом, 5ти поверховим паркінгом, торгово-розважальним комплексом з бутиками, кінотеатрами, боулінгом і роллердромом, такої є можливість орендувати авто, щоб краще вивчити місцевість. Готель знаходиться в межах легкої доступності від торгового центру, відстань від центру Києва до готелю всього 6 км, поблизу знаходиться станція метро, неподалік знаходиться аеропорт. «Особливість Mercure Kyiv Congress полягає в можливості диверсифікації продукту, а також в індивідуальному підході в обслуговуванні », - розповідає директор департаменту продажів Mercure Kyiv Congress Олена Кузьменко.

Готель Mercure Kyiv Congress йде в ногу з часом, представляючи собою сучасну, максимально комфортну, креативно-інтелектуальну локацію на мапі столиці України, яка найкращим чином підійде для прогресивних ділових людей, де вони можуть задовільнити будь-які свої побажання в бізнес-сфері, починаючи від робочого простору, завершуючи проведенням різного роду івент-маркетингу і корпоративних заходів, побажання в бізнес-сфері, починаючи від робочого простору, завершуючи проведенням різного роду івент-маркетингу і корпоративних заходів.

Висновок:

В результаті дослідження ми можемо дати наступні рекомендації:

1. Туризм в Україні потрібно розвивати навіть в умовах воєнної агресії з боку Російської Федерації. Коли економіка слабка, коли ворог розхитує країну зсередини, ми повинні спиратися на ті галузі, які можуть дати прибуток, зокрема це є туризм.

2. З метою оптимальної організації ринку ділового туризму необхідне створення спеціалізованої керуючої структури у вигляді місцевої туристичної адміністрації. До завдань центру має увійти формування концепції розвитку і вдосконалення бізнес-туризму;

3. Сучасний стан функціональних та планувальних схем готелів слід розробити на основі концепції "гармонія людей з містами" - збереження місцевого колориту та поєднання його з інноваціями в сфері гостинності.

4. Необхідною умовою формування функціональної моделі конгрес-готелів стає забезпечення закладу умовами для проведення регулярних конференцій та

конгресів, організації міжнародних виставок (в тому числі туристичних), проведення транспортно-екскурсійних заходів, поїздок по регіону для учасників бізнес-заходів.

5. Обов'язково умовою є можливість надання не тільки основних, але і різноманітних додаткових послуг: інфраструктури індустрії розваг, спортивно-оздоровчих комплексів, забезпечення сувенірною продукцією і т.д.

Література:

1. Васильева Н. Отдохнуть. По делу // Бизнес. - 2006. - №48.
2. Мунін Г.Б. Управління сучасним готельним комплексом: Навчальний посібник / Г.Б.Мунін, А.О.Змішов, Г.О.Зіновєв, Є.В.Самарцев, О.О.Гаца, К.П.Максимець, Х.Й.Роглев. - К.: Ліра-К, 2005. - 520 с.
3. Портна К. Приїжджайте до нас ще // Контракти. - 2006. - №24.
- 4.Иванов В.В., Волов А.Б. Использование организационных структур менеджмента в гостиничном бизнесе // Дорога к пяти звездам.-2004
- 5.Шугаев М. Деловой туризм: сфера деловых интересов // Турбизнес

Аннотація

В статті розглянуто розвиток індустрії гостеприимства в Європі, потребу напрямлення конгрес-отелів в Україні, на прикладі концепції «Mercure Kyiv Congress» і приведені рекомендації розвитку цього напрямлення.

Annotation

The article describes the development of the hospitality industry in Europe, the need for the direction of congress hotels in Ukraine, on the example of the concept of "Mercure Kyiv Congress" and provides recommendations for the development of this direction.