

АНАЛИЗ ВЕДУЩИХ КОНФЕРЕНЦ-ОТЕЛЕЙ В ЕВРОПЕЙСКОМ И АМЕРИКАНСКОМ МАКРОРЕГИОНАХ

А. С. Елисева¹⁾, В. М. Дедок²⁾

*¹⁾ Белорусский государственный университет,
пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь, nastyaeliseeva19@mail.ru*

*²⁾ Белорусский государственный университет,
пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь, viktoria_dedok@yahoo.com*

Статья посвящена анализу ведущих конференц-отелей в Европейском и Американском макрорегионах, выполненному на основе группировки данных о количестве проведенных конгресс-мероприятий в мире, публикуемых в ежегодном рейтинге Международной ассоциации конференций и конгрессов (ИССА), анализе активности бронирования через сеть поставщиков Cvent, а также оценки деятельности гостиниц на основании данных из отзывов и цен платформы TripAdvisor. Представлен обзор ведущих конференц-отелей в странах Европы и Америки.

Ключевые слова: конференц-отели; индустрия встреч; индустрия гостеприимства; гостиничный сектор; деловой туризм.

ANALYSIS OF LEADING CONFERENCE HOTELS IN THE EUROPEAN AND AMERICAN MACROREGIONS

A. S. Eliseeva^a, V. M. Dedok^b

^aBelarusian State University, Niezaliežnasci Avenue, 4, 220030, Minsk, Belarus

^bBelarusian State University, Niezaliežnasci Avenue, 4, 220030, Minsk, Belarus

Corresponding author: A. S. Eliseeva (nastyaeliseeva19@mail.ru)

The article is devoted to the analysis of the leading conference hotels in the European and American regions, based on the grouping of data on the number of congress events held in the world published in the annual ranking of the International Conference and Congress Association (ICCA), the analysis of booking activity through the Cvent network of suppliers, and hotel ratings based on reviews and prices on platform TripAdvisor. The study presents an overview of the leading conference hotels in Europe and America.

Key words: conference hotels; meeting industry; hospitality industry; hotel sector; business tourism.

Ежегодно в мире проводится более 8 тыс. конгрессно-выставочных мероприятий; около 50 % из них организуются в Европейском макрорегионе, преимущественно в его западной части [9]. Прежде всего, это связано с тем, что Европа наиболее привлекательна по историческим, геополитическим, экономическим и иным причинам. Темпы развития выставочного бизнеса в Западной Европе и его масштабы поражают: выставки ежегодно посещают более 50 млн. человек [10]. Общее число посетителей с каждым годом увеличивается. Все это способствует развитию и появлению новых конгресс-отелей для предоставления необходимого уровня бизнес-инфраструктуры.

Одним из индикаторов, отражающих количество проведенных конгресс-мероприятий в стране, может служить показатель, публикуе-

мый в ежегодном рейтинге Международной ассоциации конференций и конгрессов (ИССА). В ежегодный рейтинг ИССА попадают лишь те мероприятия, которые удовлетворяют строгим критериям отбора ассоциации (регулярные конгресс-мероприятия, проводимые попеременно как минимум в трех разных странах, с подтвержденным количеством участников не менее 50 человек).

По сравнению с данными за 2018 г., в рейтинге стран по количеству проводимых конгресс-мероприятий, а также в структуре регионов мира по данным за 2019 г. не произошло значительных изменений. Лидирующие позиции все также занимают США, Германия, Франция и Испания, а удельный вес Европейского региона в структуре проводимых конгресс-мероприятий по-прежнему составляет 53% (см. таблицу) .

Таблица

Рейтинг стран по количеству проводимых конгресс-мероприятий за 2019 г.

Место 2019	Страна	Количество мероприятий	Ранг	Город	Количество мероприятий
Международный рейтинг стран по количеству проводимых мероприятий			Международный рейтинг городов по количеству проводимых мероприятий		
1	США	934	1	Париж	237
2	Германия	714	2	Лиссабон	190
3	Франция	595	3	Берлин	176
4	Испания	578	4	Барселона	156
5	Великобритания	567	5	Мадрид	154
6	Италия	550	6	Вена	149
7	Китай	539	7	Сингапур	148
8	Япония	527	8	Лондон	143
9	Нидерланды	356	9	Прага	138
10	Португалия	342	10	Токио	131

Источник: собственная разработка на основе [9].

Следует отметить, что Париж остается крупнейшим конференц-городом в мире и возглавляет список ИССА в 2019 г., побив свой же рекорд по количеству проведенных встреч (в 2018 г. проведено 212 встречи, в 2019 г. – 237). Эта популярность отражается в количестве новых роскошных отелей в городе. Hotel du Louvre, входящий в сеть Hyatt Collection, который открылся в 2019 г. и оформлен в классическом французском стиле, предоставляет 8 конференц-залов общей вместимостью до 150 человек, а Bulgari Hotels намерены открыть новый отель с 76 номерами и полным спектром услуг, необходимых для размещения туристов.

На сегодняшний день в Париже насчитывается более 100 различных площадок для проведения деловых мероприятий, а Парижский дворец конгрессов является ведущей международной площадкой площадью более 439 000 кв. футов, включающей 4 аудитории и 85 конференц-залов [10].

Согласно последним статистическим данным ICCA, одним из трех городов, наиболее часто используемых для проведения конгрессов ассоциаций по всему миру, является Берлин. Необычные помещения для встреч и отличное соотношение цены и качества – это два из главных преимущества этого города. Международный конгресс-центр (ICC) остается закрытым, но CityCube Berlin, открытый в мае 2014 г., легко принимает большие группы. Он состоит из трех уровней, состоящих из 50 залов и пространств, и конференц-зала без колонн на 5000 человек.

Необходимо заметить, что Мадрид также занимает лидирующие позиции в рейтинге проведения встреч с 2017 г. Город получил награду World's Best Meetings & Conference Destination Award на World Travel Awards 2019 и входит в пятерку лидеров в списке ICCA 2019 г. Эта растущая популярность города, как места для международных встреч, отражается в увеличении количества роскошных отелей в городе. Four Seasons Canalejas открылся в самом центре Мадрида в 2020 году, а отель Ritz Madrid (построенный в 1910 г.), как ожидается, снова откроется в марте 2021 года после реконструкции. На сегодняшний день г. Мадрид полностью оборудован для проведения конгрессов и выставок всех видов, является одним из самых привлекательных мест для делового туризма как в Европе, так и во всем мире. Centro de Congresos Principe Felipe предлагает зал на 2200 мест и дополнительные 59 конференц-залов рядом с международным аэропортом Мадрид-Барахас.

Еще двумя городами, которые уже на протяжении нескольких лет стабильно попадают в топ-10, являются Вена и Лондон. Вена имеет выгодное расположение в центре Европы, а хорошо обслуживаемая инфраструктура с отелями, площадками и конференц-центрами и доступность ресурсов делают город идеальным местом для международных встреч. Крупнейший конференц-центр в Вене – это Austria Center Vienna с вместимостью мероприятий до 4320 человек. В четырех залах есть дополнительная выставочная площадь, вмещающая до 10200 человек. Выставочный и конгресс-центр Messe Wien – одно из самых современных мест проведения мероприятий в Европе с четырьмя большими выставочными также расположен в Вене. Конференц-центр площадь для организации деловых встреч, которые можно разделить на 18 комнат. Самый большой зал вмещает до 1500 человек.

Являясь культурным центром, неудивительно, что Лондон по-прежнему занимает одно из лидирующих мест. В конце 2019 г. в Лондоне было открыто крупнейшее в городе пространство для проведения мероприятий Magazine London площадью 260 261 кв. футов с выставочной площадкой под открытым небом на 7000 человек.

В 2018-2019 гг. сегмент конгресс-отелей стремительно развивается в Европейском и Американском макрорегионах. Ожидалось, что в этом сегменте гостиничной индустрии будут наблюдаться самые быстрые

темпы роста из-за предпочтений потребителей, поскольку именно эти отели предоставляют места и удобства, которые являются уникальными и отличаются от других сегментов гостиничной индустрии. Вместе с тем ситуация с пандемией и ее влияние на сферу путешествий внесла свои коррективы.

Среди частных компаний, специализирующихся на программном обеспечении услуг по организации конференций и иных мероприятий и технологиях управления гостиничным бизнесом, выделяют Svent.

Так, на основании результатов анализа активности бронирования через платформу Svent был опубликован ежегодный рейтинг лучших отелей для проведения мероприятий в мире.

Согласно данным рейтинга Svent за 2019 год, в Европе первое место уже второй год подряд получает отель Hilton Prague. Отели компании Hilton заняли 4 из 10 лучших мест в регионе: Hilton Prague (1-ое место), Hilton Barcelona (4-ое место), Hilton Diagonal Mar Barcelona (6-ое место) и Hilton London Metropole (10-ое место). Испания и Германия представляют самый большой выбор отелей в списке. Стоит отметить, что большинство ведущих конгресс-отелей расположено в городах и странах, в которых чаще всего проходят различные конгрессные мероприятия и деловые встречи: Париж (Франция), Барселона (Испания), Мадрид (Испания), Вена (Австрия), Прага (Чехия) и другие. Кроме того, все отели, которые вошли в топ-15 ведущих конгресс-отелей Европы, были построены еще в 1990-е гг. и отреставрированы в 2000-е гг.

В США первое место на протяжении двух лет по результатам исследования Svent (в 2017 и 2018 гг.) занимал отель Gaylord Opryland Resort & Convention Center в г. Нэшвилл Но уже по результатам в 2019 г. первое место занят Omni Nashville Hotel, сместив Gaylord Opryland Resort & Convention Center на пятое место. В 2018 г. в десятку лучших отелей вошли два новых объекта: Hilton Anatole в г. Далласе (5-ое место) и Westin Peachtree Plaza в г. Атланте (10-е место), но в 2019 г. эти отели не смогли сохранить своих позиций в рейтинге и, как результат, не вошли в топ-10 лучших конгресс-отелей США [4].

Стоит отметить, что по сравнению с Европейским регионом, отели, расположенные в Америке, обладают большими возможностями для проведения более масштабных мероприятий (наличие больших площадей конференц-залов и современных залов со всем необходимым оборудованием). Вместе с тем, в Европейском регионе было проведено большее количество конгресс-мероприятий и встреч за 2019 г., чем в Американском регионе.

Анализ топ-15 ведущих отелей в Европейском регионе показал, что значительная доля отелей принадлежит сети Hilton (около 30%). Hilton Hotels & Resorts является флагманским брендом Hilton и одной из

самых больших гостиничных сетей в мире. Компания ориентируется на деловых туристов, поэтому располагает отели в центрах крупных городов, рядом с аэропортами, конференц-центрами, а также в популярных местах для отпуска по всему миру. Hilton Hotels & Resorts участвует в Hilton Honors – гостевой программе лояльности Hilton. Члены программы, бронирующие номера непосредственно через сервисы Hilton, получают эксклюзивные скидки и преимущества, как например бесплатный Wi-Fi, цифровую регистрацию, бесключевой доступ в номер и возможность выбирать любой понравившийся номер используя мобильное приложение Hilton Honors.

В Американском регионе лидирующие позиции в топ-15 отелей занимают гостиницы сети Marriott International Hotels (около 30%). В мире данная сеть включает 6080 гостиницы с общей вместимостью 1,2 млн. номеров [4]. Однако только 22 отеля с общим номерным фондом 9900 комнат находятся в собственности компании, остальные действуют на правах франчайзинга (54 % от числа комнат) или находятся под управлением (44 %) [6]. Две трети от общего числа гостиничных мест находятся в США и Канаде, что и объясняет лидирующую позицию этой сети в списке.

На сегодняшний день многие потребители гостиничных услуг перед выбором отеля особое внимание обращают на его рейтинг и ценовую политику. С целью проведения более детального анализа были выбраны эти критерии для оценки деятельности гостиниц на основании данных, полученных из отзывов и цен на платформе TripAdvisor. Основываясь на уровне цен среднего тарифа для стандартного номера, можно заметить, что в топ-15 отелей Европейского региона средняя стоимость стандартного номера составляет 197,5 долл. США; средний рейтинг – 4,06. В Американском макрорегионе средняя стоимость стандартного номера в топ-15 ведущих конференц-отелей составила 272,5 долл. США; рейтинг – 4,2. Наиболее привлекательные цены для проведения мероприятий способствуют привлечению большего потока туристов в Европейский макрорегион. Как результат, именно поэтому Европейский макрорегион и является лидирующим по количеству проведенных конгрессно-выставочных мероприятий. Можно заметить, что средняя цена за номер в Американском регионе выше, чем в Европейском регионе, но, несмотря на это, в Америке есть и конгресс-отели, которые предлагают достаточно низкую стоимость размещения (ARIA Resort & Casino – 150 долл. США).

В станах Европейского и Американского макрорегионов происходит стремительное развитие конгресс-отелей, которое способствует генерированию туристических потоков деловых путешественников. В ответ на массовый спрос и предложения со стороны деловых туристов

отели Европейского и Американского макрорегионов продолжают расширять свои маркетинговые усилия и предложения.

В условиях COVID-19 ведущие гостиницы были вынуждены пересмотреть свою политику. Так, чтобы соответствовать новым требованиям и ожиданиям в отношении здоровья и безопасности, которые предъявляет COVID-19, а также с целью повышения уровня комфорта и безопасности гостей от момента регистрации заезда до отъезда, международная гостиничная сеть Hilton запустила программу Hilton CleanStay. Главная цель этой программы состоит в обеспечении и предоставлении гостям чувства уверенности и душевного спокойствия во время пребывания в гостинице. Программа была разработана для номеров, ресторанов, фитнес-залов и других общественных мест, которые посещает гость на протяжении своего пребывания в гостинице [1].

Проанализировав особенности и специфику функционирования конгресс-отелей в международном гостиничном секторе, стоит отметить, что использование гостиниц в качестве площадок для организации конгрессов и выставок, а также размещения делегаций и оказания им полного спектра основных и дополнительных услуг стало важнейшей тенденцией индустрии гостеприимства. Это подтверждается статистикой Международной Ассоциации Конгрессов и Конференций (ИССА), которая указывает на то, что в последние годы гостиничные предприятия стали наиболее популярными площадками для проведения международных мероприятий.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Елисеева А.С. Программа Hilton CleanStay и ее особенности в условиях COVID-19 // Сборник научных статей студентов, магистрантов, аспирантов ФМО БГУ. Вып.25 Издательство «Четыре четверти». С. 254–256.

2. Cvent Announces List of Top 100 Meeting Hotels in the United States [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cvent.com/en/press-release/cvent-announces-list-top-100-meeting-hotels-united-states>.

3. Cvent Unveils 2018 Lists of Top Meeting Hotels in the U.S., Europe, Middle East and Africa, and Asia Pacific [Электронный ресурс]. URL: <https://www.hotelnewsresource.com/article99805.html>.

4. Cvent's Top 100 Meeting Hotels in the U.S. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cvent.com/microsites/cvents-2019-top-meeting-hotels/cvents-top-100-meeting-hotels-in-the-us>.

5. Cvent's Top 50 Meeting Hotels in Europe [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cvent.com/microsites/cvents-2019-top-meeting-hotels/cvents-top-50-meeting-hotels-in-europe>.

6. ICCA (2018): ICCA Statistics Report Country & City Rankings Public Abstract. June 2019. International Congress and Convention Association.

7. Korneevets V., Semenova L. Specifics of forming the competitive hotel complex// Asian Social Science. 2015.

8. Tripadvisor [Электронный ресурс]. URL: <https://www.tripadvisor.ru>

9. WEF_TTCR (2019): The Travel & Tourism Competitiveness Report. 2019. Geneva. World Economic Forum.

10. WTTC (2019): Travel & Tourism Economic Impact 2019 World. March 2019. The World Travel & Tourism Council.

ГЕЙМИФИКАЦИЯ КАК МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ

А. В. Загдай

*Белорусский государственный университет,
ул. Ленинградская, 20, 220006, г. Минск, Беларусь, anastasiya.zagday@mail.ru*

В статье обоснована применимость геймификации в бизнес-процессах, связанных с вопросами менеджмента и маркетинга. Обоснована необходимость разделения геймификации на внешнюю и внутреннюю в зависимости от целевой аудитории (клиенты или сотрудники). Представлен алгоритм внедрения геймификации в практику на примере мероприятия «Wargaming Fest: День Танкиста 2019». Результаты исследования позволяют снизить уровень дискуссионности вопроса об использовании игрового метода в управлении и повысить эффективность организации коммуникативного взаимодействия как с внешними, так и с внутренними аудиториями. Геймификация при правильном и уместном использовании способна привести к росту лояльности потребителей к компании, ее продукции и бренду, повысить уровень мотивации сотрудников и улучшить корпоративную культуру.

Ключевые слова: геймификация, игровые методы, маркетинг, менеджмент, лояльность персонала, лояльность клиентов, маркетинговые коммуникации, мотивация.

GAMIFICATION AS A MARKETING TOOL

A. V. Zagdai

Belarusian State University, 20 Leningradskaya Street, Minsk 220006, Belarus

The article explains the applicability of gamification in business processes related to management and marketing issues. The necessity of dividing gamification into external and internal depending on the target audience (clients or employees) is justified. The role of gamification in the formation of customers and employees' loyalty is shown on the example of the event "Wargaming Fest: Day of the Tankman 2019". The results of the study reduce the discussion's level about the use of game method in management and increase the effectiveness of communicative interaction's organization with both external and internal audiences. When used correctly and appropriately gamification can lead to the increasing of consumers' loyalty to the company, its products and brand and increase employees' motivation and improve corporate culture.

Key words: gamification, game methods, marketing, management, staff loyalty, customers' loyalty, marketing communications, motivation.

С каждым годом геймификация приобретает всё большую популярность. Согласно аналитическому отчёту международной консалтинговой