

ФИЛОСОФСКАЯ АНТРОПОЛОГИЯ, ФИЛОСОФИЯ КУЛЬТУРЫ



УДК 338 (470.61)

Научная статья

<https://doi.org/10.23947/2414-1143-2024-10-1-45-50>



Организация обслуживания блейже-туристов как фактор повышения конкурентоспособности гостиничных предприятий Ростовской области

А.С. Петренко ✉, В.В. Провоторина, Г.Е. Экиниль

Донской государственный технический университет, г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация

✉ takyin_d@mail.ru

Аннотация

Введение. Статья посвящена актуальному направлению повышения конкурентоспособности гостиничных предприятий Ростовской области.

Материалы и методы. Комплексность примененных в данном исследовании методов объясняется тематикой работы, экстраполирующей методологию социологии, педагогики, философии и ряда экономических дисциплин, связанных с изучением специфики организации обслуживания bleisure туристов в средствах размещения и исследование значения этого сектора в деятельности бизнес-отелей Ростовской области и г. Ростова-на-Дону. Объектом исследования является специфика организации обслуживания bleisure туристов как фактора повышения конкурентоспособности гостиничных предприятий.

Результаты исследования. Изменения в обществе, связанные с активным образом жизни общества и тревел-политикой крупных корпораций, породили в России новый вид туризма – bleisure. Подчеркивается необходимость популяризации и развития bleisure туризма как растущего сегмента для гостиничных предприятий. Развитию данного направления способствует целый ряд причин. Во-первых, bleisure – это отличный инструмент мотивации сотрудников. По статистике, до 64 % сотрудников заявляют о том, что после даже небольшого отпуска чувствуют себя лучше и хотят вернуться к работе. Около 61 % работников, совмещавших командировку с личным путешествием, ощутили рост продуктивности по возвращению в офис.

Обсуждение и заключение. Явление bleisure является потенциально прибыльным рынком, который растёт и, вероятно, станет более привлекательным для тех, кто работает в гостиничной индустрии в ближайшие месяцы и годы. Увеличение числа средств размещения делового характера и расширение ассортимента дополнительных услуг обеспечит рабочие места, повысит уровень жизни благодаря росту дохода населения и увеличения доходов местных бюджетов, будет способствовать развитию малого предпринимательства, что повлияет на решение важных социо-экономических проблем Донского региона.

Ключевые слова: bleisure турист, bleisure туризм, гостиница, гостиничная услуга, дополнительная гостиничная услуга, обслуживание, бизнес-отель, деловой туризм, Ростовская область

Для цитирования. Петренко А.С., Провоторина В.В., Экиниль Г.Е. Организация обслуживания блейже-туристов как фактор повышения конкурентоспособности гостиничных предприятий Ростовской области. *Научный альманах стран Причерноморья*. 2024;10(1):45–50. <https://doi.org/10.23947/2414-1143-2024-10-1-45-50>

Original article

Organization of Bleisure Tourists Service as a Factor of Increasing the Competitiveness of Hotel Enterprises in Rostov Region

Antonina S. Petrenko ✉, Valeria V. Provotorina, Galina E. Ekinil

Don State Technical University, Rostov-on-Don, Russian Federation

✉ takyin_d@mail.ru

Abstract

Introduction. The article is devoted to the topical direction of increasing the competitiveness of hotel enterprises in Rostov region.

Materials and methods. The complexity of the methods applied in this study is explained by the subject of the work, extrapolating the methodology of sociology, pedagogy, philosophy and a number of economic disciplines related to the study of the specifics of the organization of bleisure tourist services in accommodation facilities and the study of the importance of this sector in the activities of business hotels in the Rostov region and the city of Rostov-on-Don. The object of the study is the specifics of the organization of bleisure tourist services as a factor in increasing the competitiveness of hotel enterprises.

Results. Changes in society, associated with active lifestyle and travel policy of large corporations, have given rise to a new type of tourism in Russia – bleisure. The need to popularize and develop bleisure tourism as a growing segment for hotel companies is emphasized. A number of reasons contribute to the development of this trend. Firstly, bleisure is an excellent tool for motivating employees. According to statistics, up to 64 % of employees say that after even a short vacation they feel better and want to return to work. About 61 % of employees who have combined a business trip with a personal travel experience an increase in productivity when they return to the office.

Discussion and Conclusion. The bleisure phenomenon is a potentially lucrative market that is growing and is likely to become more attractive to those working in the hospitality industry in the coming months and years. Increasing the number of business accommodation facilities and expanding the range of additional services will provide jobs, raise living standards due to the growth of the population's income and increased revenues of local budgets, promote the development of small businesses, which will affect the solution of important socio-economic problems of the Don region.

Keywords: bleisure tourist, bleisure tourism, hotel, hotel service, additional hotel service, service, business hotel, business tourism, Rostov region

For citation. Petrenko A.S., Provotorina V.V., Ekinil G.E. Organization of bleisure tourists service as a factor of increasing the competitiveness of hotel enterprises in Rostov region. *Science Almanac of Black Sea Region Countries*. 2024;10(1):45–50. <https://doi.org/10.23947/2414-1143-2024-10-1-45-50>

Введение. На сегодняшний день туризм стал ведущим сектором экономики, на долю которого приходится 10 % глобального ВВП и 6 % общего мирового экспорта. Сегодня, когда по всему миру ежегодно путешествуют уже более миллиарда человек, туризм становится мощной и преобразующей силой, коренным образом меняющей жизнь миллионов людей к лучшему. На фоне спроса на внутренний туризм растет популярность bleisure-путешествий.

Bleisure туристы становятся быстро растущим и прибыльным сегментом для гостиничных предприятий, поэтому менеджеры отелей стараются акцентировать внимание на привлечение и обслуживание данной категории туристов.

Отели, которые могут привлечь bleisure туристов, потенциально выигрывают, получая доход не только от реализации деловых услуг, но и реализации дополнительных услуг питания, оздоровительного, развлекательного характера, экскурсионных, бытовых, а также от реализации основной услуги размещения при увеличении продолжительности тура. По этой причине многие владельцы отелей стремятся обратиться к этой растущей демографической группе, основанной на бизнесе и отдыхе.

Важно понимать, что расходы на деловые поездки растут из года в год. С 2015 года расходы на деловые поездки ежегодно увеличивались на 6–7 %. Возможности привлечения постоянных клиентов сделали деловых путешественников главным объектом внимания туристической индустрии. Также организация обслуживания bleisure туристов в средствах размещения может выступить фактором устойчивого развития бизнес-отелей за счет реализации дополнительных услуг уже не делового характера, продолжительности времени пребывания гостей и увеличения загрузки номерного фонда отелей в выходные дни.

Цель работы – анализ специфики организации обслуживания bleisure туристов в средствах размещения и исследование значения этого сектора в деятельности бизнес-отелей Ростовской области и города Ростова-на-Дону.

Материалы и методы. Интенсивное развитие bleisure-туризма способствует необходимости разработки технологий обслуживания bleisure-туристов в отелях. Организация обслуживания блейже-туристов в гостиничных предприятиях может стать устойчивым фактором повышения конкурентоспособности бизнес-отелей Ростовской области.

Для более детальной проработки вопроса необходимо обратиться к работам таких авторов как: Orit Unger, Natan Uriely [1], Bongkosh Rittichainuwat, Eric Laws, Rengson Maunchontham, Suphaporn Rattanaphinanchai, Sanvicha Muttamara, Kris Mouton, Yueling Lin, Chantip Suksai [2], Lloyd C. Harris, Andrew Pressey [3].

В силу того, что расширение сегмента обслуживания bleisure туристов напрямую влияет на повышение конкурентоспособности бизнес-отелей, весьма актуально исследовать тенденции и специфику развития гостиничного бизнеса как в мире, так и в России. Данным вопросам посвящены труды следующих авторов: A.O. Nabil, Channouf AsmaAl-Zaidi, 2016 [4], Mehmet Ali Köseoglu, Mehmet Altin Eric Chan, Omer Faruk Aladag, 2020 [5], L.N. Kazmina, V.S. Makarenko, V.V. Provotorina, T.N. Grigorenko, G.E. Ekinil, E.M. Shevchenko, A.S. Petrenko [6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13].

Методология исследования носит комплексный характер в связи с многогранностью рассматриваемой темы. Используются разнообразные общенаучные методы в комплексе с концептуально-логическим и сравнительным анализом, полученных в процессе исследования данных.

Результаты исследования. Популярность Bleisure туризма возросла примерно спустя пять лет после его появления – в 2016 году. Изменения в обществе, связанные с активным образом жизни общества и тревел-

политикой крупных корпораций, породили в России новый вид туризма – bleisure. Явление Bleisure начало набирать силу одновременно с тем, как все более важную роль в мировой экономике начали играть миллениалы, на их долю приходится 38 % процентов всех таких путешественников. На представителей поколения «X» и бэби-бумеров приходится по 31 % сделок, что указывает на необходимость привлечения туристскими компаниями всех этих возрастных групп.

Bleisure туризм – растущий сегмент отелей по всему миру, объединяющий командировки и туризм. Bleisure туристы совмещают деловые обязательства с нерабочими мероприятиями в одной поездке. Bleisure туристы делятся на две основные категории: корпоративные гости, группы или гости конференций, которые используют несколько дней отпуска в своих деловых поездках, и деловые путешественники, которые берут с собой попутчиков, таких как друзья или члены семьи.

Для деловых путешественников поездки в bleisure очень привлекательны по нескольким ключевым причинам. На базовом уровне сочетание работы и развлечений или личных занятий помогает создать гораздо лучший баланс между работой и личной жизнью. Это приводит к большому счастью, снижению уровня стресса.

Во многих случаях bleisure travel представляет собой идеальную возможность сэкономить на дорожных расходах, связанных с поездкой за границу. Многие деловые путешественники возвращаются в одно и то же место неоднократно или, по крайней мере, более одного раза. Имея это в виду, поездки bleisure дают путешественникам возможность лучше познакомиться с этим местом и его культурой. Это в свою очередь может помочь улучшить качество выполняемой работы, позволяя при этом сформировать более значимые деловые отношения.

Наконец, bleisure предлагает возможность деловых поездок с компаньоном, таким как друг, партнер или коллега. Это может помочь предотвратить чувство изоляции и способствовать получению общего удовольствия от поездки.

Bleisure туризм в российских компаниях наиболее популярен в следующих отраслях:

- 24 % путешественников bleisure работают в сфере технологий /ИТ/программного обеспечения;
- 13 % путешественников bleisure работают в сфере производства;
- 12 % путешественников bleisure работают в финансовой сфере;
- 8 % путешественников bleisure работают в сфере здравоохранения;
- 6 % путешественников bleisure работают в сфере образования.

Среди типичных первоначальных целей поездок на bleisure можно выделить:

- поездки на конференцию;
- выезд на внешнее совещание;
- продажи;
- внутренние встречи;
- путешествия по «другим» причинам.

Bleisure-туристы совершают деловые поездки с ночевкой от одного раза в неделю до одного раза в год.

Индустрия гостеприимства в современных рыночных условиях выбивается в лидирующие позиции по степени привлекательности для развития бизнеса в Ростовской области. Данная сфера оказалась одной из немногих отраслей, способных быстро подстроиться к меняющимся условиям. За счет возможностей максимизации прибыли и эффективного функционирования гостиничных предприятий, сегмент гостеприимства можно считать с высоким уровнем рентабельности и приспособляемости.

В г. Ростове-на-Дону на сегодняшний день функционирует более 150 объектов размещения с номерным фондом 4750 номеров и рассчитан в общей сложности на прием около 10000 гостей. Г. Ростов-на-Дону занимает 4 место по коэффициенту обеспеченности гостиничными номерами и средней стоимостью проживания, среди городов-миллионников (рис. 1).

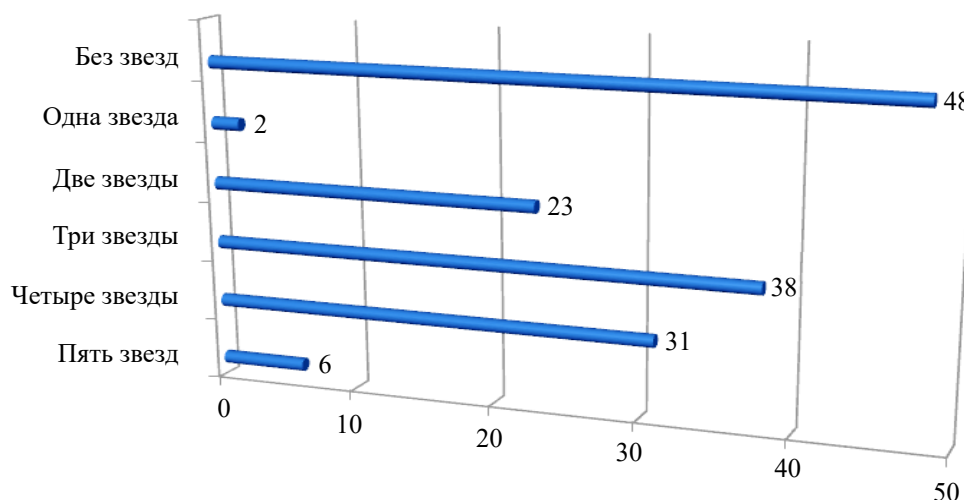


Рис. 1. Средства размещения г. Ростов-на-Дону

Гостиничные предприятия, работающие в категории «без звезд», составляют 48 % в общем объеме структуры гостиничного рынка. В пик сезона заполняемость средств размещения данной категории колеблется от 85 % до 90 %, в остальное время 50–55 %. Загрузка в сезон гостиниц категории две и три звезды достигает значения в 75–80 % (в межсезонье – 40–45 %). Четырехзвездочные отели в сезон заполняются на 65–70 %, а в пассивный период – 35 %. Загруженность пятизвездочных гостиниц в сезон составляет около 65 %, в несезонный период – 30–35 %.

За 2021 год было зафиксировано 549,4 тыс. человек, размещенных в коллективных средствах размещения г. Ростова-на-Дону (из них 23,7 тыс. человек – иностранные граждане). Львиная доля турпотока, который едет в Ростовскую область, приходится на представителей делового туризма. В основном средняя продолжительность пребывания туристов составляет от 1 до 4 ночевки.

Комфорт, эффективность и гибкость – вот что необходимо bleisure-туристам. Гостиничные сети по всему миру осознают эту необходимость и быстро адаптируются к ней. Средства размещения готовы предложить бизнес-туристам и новые форматы номеров, которые могут быть представлены либо спальней, либо офисом, вместо того чтобы быть и тем, и другим одновременно. Идея заключается в том, чтобы помочь гостям разделить свое рабочее и личное время. Некоторые бизнес-отели пробуют запускать новейшее подразделение апартаментов, которое способно будет удовлетворить растущий спрос на поездки по работе и на отдых.

Среди основных удобств и услуг, которые ищут bleisure-туристы можно выделить:

- подходящее рабочее место – для bleisure туристов главным приоритетом является их работа, и им необходимо иметь необходимые удобства для эффективной и комфортной работы (Wi-Fi, доступ к сети «Интернет», междугородная телефонная связь, письменный стол с эргономичным стулом в номере, множество легкодоступных розеток и т. д.);

- уход за детьми и удобства для детей. Многие bleisure туристы берут с собой свои семьи, включая партнеров и детей. Эти путешественники ищут номера с достаточным пространством для всей семьи, например отдельную спальню с дверью, которая закрывается для лучшего сна и работы. Члены семьи также хотят иметь удобства и развлечения, которыми можно наслаждаться, пока бизнес-путешественник работает, например, собственный бассейн, детскую площадку, пляж или услуги няни;

- услуги консьержа. Bleisure туристы тратят меньше времени на планирование своих поездок на отдых, чем на планирование традиционного отпуска. Они будут в восторге, если найдут отель, который предоставит хорошие местные рекомендации или поможет приобрести билеты на аттракционы, шоу или транспорт.

Bleisure туризм может показаться устойчивой тенденцией для развития индустрии гостеприимства, в том числе и для развития бизнес-отелей г. Ростова-на-Дону. Все признаки указывают на то, что сочетание bleisure поездок с отдыхом станет значительным и отдельным сегментом туризма на долгие годы вперед. Сейчас, когда деловые поездки возвращаются в норму, а цифровым кочевникам и удаленной работе по-прежнему приходится платить за работу, сейчас самое подходящее время убедиться, что гостиничные предприятия готовы к увеличению продолжительности пребывания бизнес-туристов и к получению дополнительного дохода от деловых путешественников, которые хотят отключиться от работы и наслаждаться всеми достопримечательностями Ростовской области.

Обсуждение и заключение. Благоприятное развитие bleisure туризма и организация обслуживания туристов, путешествующих как с деловыми целями, так и с целями отдыха невозможно без удачного сочетания внешних и внутренних условий, имеющихся ресурсов, оказывающих непосредственное влияние на повседневную работу гостиницы, и грамотного руководства данным направлением работы.

Стратегии привлечения путешественников Bleisure гостиничными предприятиями.

1. Гостиничные технологии.
2. Быстрый и надежный Интернет в рабочих местах.
3. Расширение каналов сбыта гостиничных услуг.
4. Улучшенная персонализация.
5. демонстрация гостиничного бизнеса и удобства для отдыха.
6. Реклама туристской привлекательности района.
7. Разработка и продвижение конкретных предложений Bleisure.

С целью привлечения bleisure туристов необходимо:

- внедрять в отелях технологии для облегчения путешествий, так как согласно опросу NationalCarRental2019 State of Business Travel Survey, 93 % частых деловых путешественников предпочитают бренды, которые используют такие технологии, начиная от устройств IoT в гостиничных номерах, таких как умные динамики, до использования приложений для смартфонов, которые позволяют бесконтактные регистрации, выезды и платежи в ресторанах;

- обеспечивать гостей удобными рабочими местами с надежным интернетом;

- осуществлять партнерство с правильными каналами дистрибуции, так как работа с корпоративными туристическими агентами может быть одним из способов увеличить количество путешественников, поскольку эти турагенты специализируются на организации деловых поездок и планировании деловых мероприятий для своих клиентов;

- улучшить персонализацию, которая имеет большую привлекательность для путешественников bleisure, поскольку она часто приводит к тому, что процессы или услуги становятся более эффективными и более точными. От интеллектуальных рекомендаций, сделанных на основе данных клиентов, до возможности персонализировать условия гостиничных номеров, таких как интеллектуальные элементы управления отоплением, большая

персонализация может сэкономить время и повысить комфорт, позволяя деловым путешественникам быстро выполнять работу и освобождать свободное время;

– демонстрировать свои деловые и развлекательные услуги. Типичный турист, безусловно, будет заинтересован в корпоративных предложениях, таких как частные конференц-залы, порты для зарядки ноутбуков или телефонов и любые 24-часовые услуги, которые может предложить отель. Однако, помимо этого, они также могут быть привлечены удобствами для отдыха, такими как спа-салоны, сауны, тренажерные залы или фитнес-центры, зоны йоги, бары и пункты проката велосипедов;

– рекламировать достопримечательности и окружающую инфраструктуру близлежащих территорий (музеи, выставочные центры, театры, набережная реки, рестораны);

– продвижение пакетных предложений для bleisure туристов включающих набор деловых услуг и предоставление деловым путешественникам скидки на дополнительные ночи, чтобы побудить их продлить свою поездку, скидки на дополнительные услуги и билеты на посещение местных музеев или мероприятий;

– разработка раздела для bleisure туристов на сайте гостиницы, рекламирование предложений bleisure в электронных письмах перед пребыванием и включать отзывы клиентов от путешественников bleisure на платформах социальных сетей.

Таким образом, для деловых путешественников поездки на bleisure предлагают ряд преимуществ, в том числе повышение морального духа и повышение общего удовольствия от деловых поездок. Они также дают возможность сэкономить на командировочных расходах, так как элемент деловой поездки оплачивается бизнесом. Это может дать возможность отдохнуть людям, которые иначе не могут его взять.

Предприятия также могут извлечь выгоду из bleisure travel, потому что более счастливые сотрудники более продуктивны, а возможность наслаждаться досугом может означать, что сотрудники, которые в противном случае не хотели бы путешествовать для компании, захотят это сделать. Работник оплачивает продление поездки и досуг, в котором он участвует, так что bleisure обычно обходится не дороже. Это также позволяет деловым путешественникам лучше понять места, в которые они едут. Между тем для туристической индустрии рост bleisure открывает возможность для гостей, путешествующих по делам, продлевать свое пребывание в отелях и, следовательно, тратить больше денег вовремя поездки.

Список литературы / References

1. Unger O., Uriely N. The bleisure memories of business travelers. *Annals of Tourism Research*. 2022. Vol. 97(C). Available from: <https://www.journals.elsevier.com/annals-of-tourism-research> (Accessed 15 August 2023) (In Eng.).
2. Rittichainuwat B., Laws E., Maunchontham R., et al. Tourism Management Perspectives. 2020. Available from: <https://www.researchgate.net/publication/343044347/> (Accessed 15 August 2023) (In Eng.).
3. Harris L., Pressey A. The myth of business tourist idiosyncrasy. *Annals of Tourism Research*. 2021. Vol. 91(C). Available from: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738321000487/> (Accessed 15 August 2023) (In Eng.).
4. Köseoglu M.A., Altin M., Chan E., et al. What are the key success factors for strategy formulation and implementation? Perspectives of managers in the hotel industry. *Annals of Tourism Research. International Journal of Hospitality Management*. 2020. Available from: <https://www.researchgate.net/publication/341913867/> (Accessed 15 August 2023) (In Eng.).
5. Kazmina L.N., Makarenko V.S., Provotorina V.V., Grigorenko T.N. The Tourist and Recreational Cluster of Rostov Region: Socio-Economic Substantiation and Development Prospects. *International Journal of Economics and Business Administration*. 2019. Volume VII, Special Issue 1. pp. 510–520 (In Eng.).
6. Provotorina V.V., Kazmina L.N., Petrenko A.S., Ekinil G.E. Organization and functioning of accommodation facilities as a component of rural tourism infrastructure in the Rostov Region. *E3S Web of Conferences*. 2020. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202017510002>
7. Kazmina L.N., Makarenko V.S., Provotorina V.V., Shevchenko E.M. Rural tourism (agritourism) of the Rostov region: condition, problems and development trends. *E3S Web of Conferences*. 2020. (In Eng.). <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202017510001>
8. Provotorina V.V., Kazmina L.N., Petrenko A.S., Makarenko V.S. Development of the Hotel Business as a Component of the Regional Tourism Industry. *Proceedings of the XIII International Scientific Conference on Architecture and Construction*. 2020. pp. 20-32. (In Eng.). <https://doi.org/10.1007/978-981-33-6208-6>
9. Ekinil G., Provotorina V., Petrenko A., Gorgadze, L. Innovative aspects of ensuring the environmental safety of hotel enterprises in the Rostov region. *E3S Web of Conferences*. 2020. (In Eng.). <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202021705006>
10. Ekinil G., Provotorina V., Petrenko A. Additional education for fashion and beauty industry specialists in the field of environmental health. *E3S Web of Conferences*. 2022. (In Eng.). <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202236304055>
11. Petrenko A., Ekinil G., Provotorina V. Organization of bleisure-tourists service as a factor of sustainable development of the tourism sector of the Rostov region. *E3S Web of Conferences*. 2023. (In Eng.). <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202338101084>

Об авторах:

Петренко Антонина Сергеевна, кандидат социологических наук, доцент кафедры сервиса, туризма и индустрии гостеприимства, Донской государственный технический университет (РФ, 344000, г. Ростов-на-Дону, пл. Гагарина, 1), [ORCID](https://orcid.org/0000-0001-9151-4444), takyin_d@mail.ru

Провоторина Валерия Валентиновна, кандидат экономических наук, доцент кафедры сервиса, туризма и индустрии гостеприимства, Донской государственный технический университет (РФ, 344000, г. Ростов-на-Дону, пл. Гагарина, 1), [ORCID](#), a.lera@mail.ru

Экиниль Галина Евгеньевна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры сервиса, туризма и индустрии гостеприимства, Донской государственный технический университет (РФ, 344000, г. Ростов-на-Дону, пл. Гагарина, 1), [ORCID](#), gekinil@mail.ru

Поступила в редакцию 11.09.2023

Поступила после рецензирования 07.10.2023

Принята к публикации 10.10.2023

Conflict of interests

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Авторы прочитали и одобрили окончательный вариант рукописи.

About the Authors:

Petrenko Antonina Sergeevna, Cand. Sci. (Sociology), Associate Professor, Don State Technical University (1, Gagarin sq., Rostov-on-Don, 344000, RF), [ORCID](#), takyin_d@mail.ru

Provotorina Valeria Valentinovna, Cand. Sci. (Economy), Associate Professor, Don State Technical University (1, Gagarin sq., Rostov-on-Don, 344000, RF), [ORCID](#), a.lera@mail.ru

Ekinil Galina Evgenievna, Cand. Sci. (Pedagogy), Associate Professor, Don State Technical University (1, Gagarin sq., Rostov-on-Don, 344010, RF), [ORCID](#), gekinil@mail.ru

Received 11.09.2023

Revised 07.10.2023

Revised 10.10.2023

Conflict of interest statement

The authors do not have any conflict of interest.

The authors have read and approved the final manuscript.