

**Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна  
Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу  
Кафедра міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної  
справи**

**ДО ЗАХИСТУ  
завідувачка кафедри  
міжнародної електронної комерції  
та готельно-ресторанної справи  
доц. Данько Н.І.**

---

## **КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА**

**на тему: «Розробка та впровадження event-заходів у готельному  
комплексі Khortitsa Palace у м.Запоріжжя»**

Виконала: студентка 4 курсу, групи УГР-41  
спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа  
ОПП «Готельно-ресторанна справа»

Шкода Ксенія Вадимівна \_\_\_\_\_

Керівник:

д.т.н., проф. Терешкін О.Г. \_\_\_\_\_

Рецензент:

к.іст.н., доц Парфіненко А.Ю. \_\_\_\_\_

Підсумкова оцінка:

за шкалою ЗВО: \_\_\_\_\_

кількість балів: \_\_\_\_\_

Голова Екзаменаційної комісії

---

**Міністерство освіти і науки України**  
**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**імені В.Н. КАРАЗІНА**

**Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу**  
**Кафедра міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної**  
**справи**

ЗАВДАННЯ ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА  
студентки Шкоди Ксенії Вадимівни  
курсу IV групи УГР-41

Тема кваліфікаційної роботи: «Розробка та впровадження event-заходів у готельному комплексі Khortitsa Palace у м.Запоріжжя»  
затверджена наказом від 12.04.2024 року № 4002-5/809  
Графік виконання робіт

| Назва розділів роботи   | Дата закінчення | Відмітки про виконання(підпис керівника) |
|---|-----------------|--|
| Науково-методичні основи івент-технологій в індустрії гостинності | 10.04.2024      |  |
| Дослідження ефективності організації івент-заходів у готелі       | 01.05.2024      |  |
| Удосконалення організації подієвих заходів у готелі               | 25.05.2024      |  |

Термін подання роботи на кафедру 1.06.2024 р.

Термін та результати попереднього захисту (допуск/ недопуск до захисту, ступінь готовності роботи у відсотках) 15.05.2024 р.

КЕРІВНИК РОБОТИ:

д.т.н., проф. Олег ТЕРЕШКІН

Дата видачі завдання 4.03.2024 р.

Завдання прийняте до виконання

Ксенія ШКОДА

Завідувачка кафедри  
міжнародної електронної комерції  
та готельно-ресторанної справи

к.е.н., доц. Наталя ДАНЬКО

## АНОТАЦІЯ

**Шкода К. В.** Розробка та впровадження event-заходів у готельному комплексі Khortitsa Palace у м.Запоріжжя.

В роботі пропонується комплексний підхід в розробці впровадження event-заходів у готельному комплексі Khortitsa Palace у м.Запоріжжя з метою максимізації прибутковості та підвищення конкурентоспроможності готелю. Визначено, що заходи класифікують за масштабом, за характером, за місцем проведення, за тривалістю та іншими класифікаційними ознаками. Проаналізовано організацію планування, підготовки та проведення подій у готелі. Надані рекомендації щодо: розробки унікальної концепції event-заходів; розширення співпраці з компаніями-партнерами; інвестування в маркетинг; збирання відгуків гостей для аналізу їх ефективності для постійного вдосконалення.

Реалізація цих рекомендацій дозволить готельному комплексу Khortitsa Palace продовжити розвивати свій напрямок event-заходів, зміцнить репутацію та сприятимуть його конкурентоспроможності в сфері гостинності м. Запоріжжя та за його межами.

**Ключові слова:** event-заходи, сервіс, Khortitsa Palace, концепція, гості, індустрія гостинності, ефективність.

## ANNOTATION

**Shkoda K. V.** Development and implementation of event-activities in the hotel complex Khortitsa Palace in Zaporizhzhia.

The article proposes an integrated approach to the development and implementation of event-activities in the hotel complex Khortitsa Palace in Zaporizhzhia in order to maximise profitability and increase the competitiveness of the hotel. It has been determined that events are classified by scale, nature, venue, duration and other classification features. The organisation of planning, preparation and holding events in the hotel is analysed. Recommendations are provided on: developing a unique concept of event events; expanding cooperation with partner companies; investing in marketing; collecting guest feedback to analyse their effectiveness for continuous improvement.

The implementation of these recommendations will allow the Khortitsa Palace hotel complex to continue developing its event business, strengthen its reputation and contribute to its competitiveness in the hospitality sector in Zaporizhzhia and beyond.

**Keywords:** event, service, Khortitsa Palace, concept, guests, hospitality industry, efficiency.

## ЗМІСТ

|  |    |
|--|----|
| ВСТУП.....   | 6  |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІВЕНТ-ТЕХНОЛОГІЙ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ.....  | 8  |
| 1.1 Поняття, типологія та класифікація івент .....   | 8  |
| 1.2 Характеристика івент-менеджменту та його особливості в готельно-ресторанному бізнесі .....                       | 11 |
| 1.3 Цілі та завдання подієвих заходів .....  | 14 |
| РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ІВЕНТ-ЗАХОДІВ У ГОТЕЛІ KHORTITSA PALACE .....                         | 18 |
| 2.1 Організаційно - економічна характеристика готелю Khortitsa Palace у м. Запоріжжя.....                            | 18 |
| 2.2 Аналіз організації планування подій у готелі .....   | 21 |
| 2.3 Дослідження ресурсного забезпечення для проведення івент-заходів .....   | 25 |
| 2.4 Підготовка, проведення подій у готелі та оцінка результатів івент-заходів .....                                  | 30 |
| РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ПОДІЄВИХ ЗАХОДІВ У ГОТЕЛІ .....  | 36 |
| 3.1 Розробка пропозицій щодо удосконалення обслуговування споживачів у готелі під час проведення івент-заходів ..... | 36 |
| 3.2 Визначення пріоритетних напрямів удосконалення організації івент-заходів .....                                   | 39 |
| 3.3 Шляхи просування і продажів подієвих заходів.....  | 44 |
| 3.4 Аналіз джерел формування доходів івент-заходів та шляхи..... зниження витрат .....                               | 49 |
| ВИСНОВКИ .....   | 53 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....   | 55 |
| ДОДАТКИ .....  | 60 |

## ВСТУП

**Актуальність теми.** У сучасному конкурентному середовищі готельний бізнес стикається з постійно зростаючими вимогами гостей. Щоб задовольнити ці вимоги та виділитися серед конкурентів, готелям необхідно пропонувати не лише зручне розміщення, але й унікальний та незабутній досвід. Одним із ефективних способів досягнення цього є розробка та впровадження event-заходів.

Event-заходи – це заплановані події, які привертають увагу цільової аудиторії та створюють позитивний імідж компанії. Вони можуть включати конференції, семінари, виставки, банкети, весілля та інші спеціальні заходи. Правильна організація та проведення таких заходів може принести готельному комплексу ряд переваг, таких як:

- збільшення прибутковості;
- підвищення завантаження готелю;
- покращення репутації;
- приваблення нової клієнтури;
- зміцнення відносин з існуючими гостями.

Готельний комплекс Khortitsa Palace у м. Запоріжжя має великий досвід у проведенні різних event-заходів, але його існуючий портфель потребує розширення та оптимізації. У цій дипломній роботі буде розглянуто розробку та впровадження нових event-заходів у Khortitsa Palace з метою максимізації прибутковості та підвищення конкурентоспроможності готелю.

**Мета дослідження** – розробка та впровадження ефективної стратегії проведення event-заходів у готельному комплексі Khortitsa Palace у м. Запоріжжя з метою підвищення прибутковості та зміцнення позицій на ринку готельних послуг.

### **Завдання дослідження:**

- проаналізувати поняття event, його основні складові;

- проаналзувати діючу систему організації подій у готелі Khortitsa Palace;
- розробити концепцію проведення event-заходів у Khortitsa Palace, враховуючи специфіку готельного комплексу та побажання гостей;
- впровадити розроблену стратегію та оцінити її ефективність.

**Об'єкт дослідження** – організація подієвих заходів у сфері гостинності.

**Предмет дослідження** – розробка та впровадження event-заходів у готельному комплексі Khortitsa Palace.

**Методи дослідження:**

- Аналіз ринку та конкуренції.
- Анкетування та опитування гостей.
- Вивчення кращих практик у галузі event-менеджменту.
- Експертні оцінки.

**Структура роботи.** Робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків; містить 59 сторінок тексту, 2 рисунків, 23 таблиці, 5 додатків. Список літературних джерел включає 67 найменувань літератури, 1 фондовий матеріал.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІВЕНТ-ТЕХНОЛОГІЙ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

### 1.1 Поняття, типологія та класифікація івент

Культура впливає на поведінку людей, стилі та форми спілкування, світогляд, духовні потреби та ціннісні орієнтації. Всі ці культурні правила можуть бути відображені в подіях і заходах, що належать до індустрії дозвілля [22, с. 11]. Тому івент-технології є дуже важливими в сучасному культурному житті і є пріоритетними для визначення таких категорій дозвілля, як події та заходи, приурочені до певних культурних чинників.

Поняття "івент" відображає не об'єктивно вимірювану характеристику, а те, що суб'єктивно сприймається, є винятковою якістю певної події чи діяльності. Подія - це те, що виникає у свідомості та емоціях тих, хто її переживає.

Категорія "event" ще не включена до українських етимологічних словників. Її поява в українській мові відносно недавня. Слово "івент" походить від англійського слова event.

Поняття «event» в загальному розумінні цього значення пояснюють як будь-які зібрання людей з певною метою. Event - це запланована соціальна подія, яка відбувається в певний час, з певною метою і має певний суспільний резонанс. У буквальному перекладі івент означає подію, але він також має наступні конотації, як сприятлива ситуація, виняткова подія, найбільш ймовірний бажаний результат, спортивний захід тощо [18, с. 30].

Різні автори виділяють безліч підходів до сутності поняття "івент" в цілому. Кожен науковець відштовхується від різних факторів та принципів і формує власне бачення поняття.

Так, на думку, Симановської О., івент- це подія, що відбувається в колі одного товариства, яке має потребу або бажання відсвяткувати «особливі» дати в своєму житті чи в історії, а Шумовіч О. каже, що івент - це вид людської

діяльності, що передбачає зустріч і взаємодію різних людей, обмежений за часом і пов'язаний із реалізацією будь-яких спільних цілей [3, с. 12].

Івент-технології - це перетворення події на щось абсолютно особливе з точки зору відвідувачів за допомогою допоміжних ефектів. Успіх івент-технологій залежить від ретельного планування та бездоганної організації кожного заходу.

У наш час існують різні підходи до класифікації івентів. Всі події можливо класифікувати за багатьма критеріями такими як, вид (характер, спосіб проведення), масштаби та ціль (табл.1.1).

Таблиця 1.1

## Класифікація подієвих заходів

| № з/п | Класифікаційна ознака | Тип  |
|-------|-----------------------|--|
| 1     | 2                     | 3  |
| 1     | За характером         | -культурно-розважальні<br>-соціально-політичні<br>-релігійні<br>-спортивні<br>-корпоративно-ділові |
| 2     | За масштабом          | -мікроподії<br>-макроподії   |
| 3     | За місцем проведення  | -на території підприємства<br>-поза межами підприємства<br>-змішані                                |
| 4     | За значущістю         | -приватні<br>-місцеві<br>-регіональні<br>-міжрегіональні<br>-міжнародні                            |

## Продовження табл.1.1

| 1 | 2                    | 3   |
|---|----------------------|---|
| 5 | За складом учасників | -приватні<br>-корпоративні<br>-масові       |
| 6 | За структурою        | -монопроект<br>-мультипроект<br>-мегапроект |
| 7 | За тривалістю        | -постійнодіючі<br>-періодичні<br>-подієві   |

Таблиця 1.2

## Види івент-заходів за класифікаційними ознаками

| № з/п | Класифікаційна ознака            | Тип        | Вид  |
|-------|----------------------------------|------------|--|
| 1     | 2                                | 3          | 4  |
| 1     | За охопленням цільової аудиторії | Приватні   | -весілля<br>-зустрічі<br>-вечірки                          |
|       |                                  | Масові     | -презентації<br>-концерти<br>-церемонії                    |
|       |                                  | Мікроподії | -ділові зустрічі<br>-побачення                             |
|       |                                  | Міжнародні | -саміти<br>-конференції<br>-офіційні свята<br>-інавгурації |

| 1 | 2                            | 3            | 4   |
|---|------------------------------|--------------|---|
| 2 | За маркетинговим середовищем | Корпоративні | -календарні свята<br>-внутрішні свята                   |
|   |                              | Політичні    | -демонстрації<br>-збори                                 |
|   |                              | Соціальні    | -форуми<br>-виставки<br>-благодійні концерти            |
|   |                              | Культурні    | -фестивалі<br>-карнавали<br>-релігійні свята            |
|   |                              | Спортивні    | -змагання серед професіоналів<br>-змагання для глядачів |
|   |                              | Освітні      | -конференції<br>-семінари<br>-практичні заняття         |
|   |                              | Ділові       | -наради<br>-ярмарки                                     |
|   |                              | Розважальні  | -дні народження<br>-календарні свята                    |

## 1.2 Характеристика івент-менеджменту та його особливості в готельно-ресторанному бізнесі

Оскільки туристична галузь України є потенційно важливим сектором для національної економіки, її розвиток вимагає поєднання традиційних культурно-освітніх послуг з вже існуючими формами організації турів, екскурсій, дозвілля та атмосферою свята, які можуть забезпечити унікальний та позитивний досвід за активної участі споживачів. Це має бути трансформовано в новий туристичний продукт.

Організація заходів в індустрії гостинності вимагає вміння ефективно планувати, організовувати та управляти подіями з урахуванням потреб гостей і вимог готельного сегмента. Це ключовий елемент у залученні

ділових мандрівників, створенні позитивного враження та досягненні бізнес-цілей гостя.

Заходи event-менеджменту спрямовані не тільки на просування товарів і послуг підприємства, але і його самого. Спектр застосування інструментів event-менеджменту досить широкий, тому це перспективний напрямок, що дозволяє компаніям підвищити рівень конкурентоспроможності на ринку, імідж підприємства, збільшити прибуток і рівень лояльності гостей та партнерів [9, с. 57].

Івент-менеджмент та готельно-ресторанний бізнес безпосередньо поєднуються. Готелі можуть організовувати заходи, конференції, прес-конференції, семінари, круглі столи, презентації, прийоми, конкурси, майстер-класи, приватні вечірки, бізнес-сніданки, виставки, спортивні заходи тощо.

Івент-менеджмент – це один з найефективніших і мало бюджетних інструментів просування готелів. Це хороша можливість залучити до готелю зацікавлену аудиторію, а також повноцінно і дохідливо розповісти про послуги підприємства. Крім того, івент-менеджмент підвищує лояльність постійних партнерів і гостей. На заходах можна просувати бренд готелю в а також продавати його додаткові послуги.

Практичні рекомендації щодо впровадження івент-менеджменту розділені на кілька напрямків і структуровані в порядку найбільшої актуальності [2]. Включає в себе юридичну документальність та правову діяльність, професійні ресурси, фінансову діяльність, дизайн-стиль, технічне оснащення та просування і розвиток (рис. 1.1)



Рис. 1. 1 – Напрямки впровадження івент-менеджменту в індустрії гостинності

Готелі зазвичай, за наявності відповідних ресурсів, надають широкий спектр послуг для івентів, включаючи кейтеринг, оренду технічного обладнання, аудіовізуальні послуги, декорації, транспорт та інші.

Івент-менеджери повинні мати глибоке розуміння потреб та очікувань своїх гостей. Це включає визначення цілей і завдань заходу, бюджету, кількості учасників, теми та інших ключових факторів.

У готелі є приміщення, які можна використати для проведення заходу. Івент-менеджерам необхідно вибрати правильне просторове рішення, беручи до уваги розмір групи, тип заходу і потреби гостя. До послуг гостей-конференц-зали, бальні зали, ресторани, тераси та інші варіанти [13, с. 27].

Івент-менеджер відповідає за управління всім процесом від підготовки до організації заходу. Це включає планування, складання бюджету, координацію з командою готелю, постачальниками послуг, розробку програми заходу, реєстрацію, логістику, маркетинг та комунікацію з учасниками.

Після проведення івенту івент-менеджер повинен провести оцінку результатів та зібрати фідбек від учасників та гостей. Це допоможе з'ясувати, наскільки успішним був івент і як можна покращити організацію подібних заходів в майбутньому. Події стали важливим елементом туристичних маркетингових стратегій у багатьох містах, регіонах і навіть країнах. У нашій країні багато міст активно та успішно нарощують свій туристичний потенціал за рахунок організації подій. Тому івент-менеджмент у готельно-ресторанній сфері перебуває в активному процесі розвитку, а потреба у плануванні та реалізації масштабних заходів зростає з кожним днем.

### **1.3 Цілі та завдання подієвих заходів**

Кожен тип івенту має на меті свої цілі. Цілі – це те, чого організатори хочуть досягти в результаті заходу. Цілі івентів можуть бути різними та залежать від типу заходу. Наприклад, цілі можуть бути такими:

- розповісти про новий продукт підприємства як про інновацію;
- покращити навички команди продажів;
- залучити потенційних споживачів;
- встановити зв'язок з різною цільовою групою;
- почати працювати зі ЗМІ;
- створити додаткову мотиваційну програму співробітникам ;
- отримання більшого прибутку.

Однак події не відбуваються спонтанно. Вони свідомо плануються, щоб задовольнити певні потреби:

- безпосередній ефект (дохід від продажу товарів, що збігається з подією, зокрема дохід від продажу реєстраційних квитків та сувенірної продукції)
- вплив на відомих людей (наприклад, інформаційний, освітній, політичний вплив)
- забезпечення всебічної проінформованості про об'єкт (споруда, місцевість, помешкання)

- залучення та мотивація учасників, спонсорів, громадськості та спостерігачів
- перенесення позитивних характеристик події на об'єкт.

Цілі event заходу можуть бути якісними і кількісними. Перші можна описати такими словами, як “величний, “вдалий”, та інші прикметники, а кількісні вираховують у цифрах, наприклад, у часі та грошових одиницях. Щодо завдання подієвих заходів. Завдання - це точні, визначені результати заходів. Вони демонструють тактичні інструкції до дії [17, с.30]. Цілі і завдання заходу завжди являються першим і головним кроком у проведенні івенту. Цей етап є обов'язковим. Якщо його пропустити, сенс і напрямок іншої роботи може бути втрачено. Розробка заходу починається, по-перше, з визначення завдань, які повинні відповідати цілям і стратегії компанії, а по-друге, аналізується цільова аудиторія івенту. Проблема, яку планується вирішити за допомогою заходу, не повинна бути розмитою та абстрактною.

У кожного типу заходу є свої завдання. Наприклад, розважальні заходи, організуються для того, щоб розважати. Корпоративно ділові, для того, щоб вирішувати бізнес-питання. І так, кожен тип заходу має на меті свої власні завдання (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

## Цілі та завдання подієвих заходів

| № з/п | Тип заходу  | Цілі   |
|-------|-------------|--|
| 1     | 2           | 3  |
| 1     | Розважальні | -забезпечити відпочинок для гостей<br>-створити позитивну атмосферу<br>-забезпечити позитивні емоції учасникам |

| 1 | 2            | 3   |
|---|--------------|---|
| 2 | Корпоративні | <ul style="list-style-type: none"> <li>-підвищення мотивації та збільшення командного духу серед працівників</li> <li>-сприяння комунікації між співробітниками</li> <li>-відзначення досягнень працівників</li> </ul>                      |
| 3 | Політичні    | <ul style="list-style-type: none"> <li>-залучення громадськості до політичного процесу</li> <li>-підтримка певної політичної партії</li> </ul>  |
| 4 | Соціальні    | <ul style="list-style-type: none"> <li>-підвищення усвідомленості про певні соціальні проблеми</li> <li>-збір коштів або залучення ресурсів для допомоги потребуючим</li> <li>-сприяння розвитку та підтримки місцевої спільноти</li> </ul> |
| 5 | Освітні      | <ul style="list-style-type: none"> <li>-надання можливостей для навчання та розвитку учасників</li> <li>-підвищення обізнаності з конкретної теми</li> <li>-стимулювання обміну знаннями та досвідом</li> </ul>                             |
| 6 | Ділові       | <ul style="list-style-type: none"> <li>-проведення презентацій продуктів, послуг, ідей з метою залучення гостей</li> <li>-забезпечення можливостей для створення нових партнерських відносин</li> </ul>                                     |
| 7 | Спортивні    | <ul style="list-style-type: none"> <li>-залучення спортивної громадськості до здорового способу життя</li> <li>-популяризація конкретного виду спорту</li> </ul>  |

Весь процес підготовки заходу завжди слід перевіряти на відповідність сформульованим цілям і завданням. Підготовчі моменти легко виправити. Найгірше, що може статися, - це пропустити щось дуже важливе.

## **Висновки до розділу 1**

У цьому розділі були визначені теоретичні аспекти про івент в цілому. Його поняття, типологія та класифікація. Було визначено, що заходи класифікують за масштабом, за характером, за місцем проведення, за тривалістю та іншими класифікаційними ознаками. Виявлено, на які типи та види поділяються івент-заходи.

Також було охарактеризовано івент-менеджмент, як складову готельно-ресторанної сфери. Організація заходів в індустрії гостинності вимагає вміння ефективно планувати, організовувати та управляти подіями з урахуванням потреб гостей і вимог готельного сегмента.

Було визначено основні цілі та завдання, які ставлять собі на меті підприємства, проводячи той чи інший захід. Розважальні заходи проводять для створення веселої та позитивної атмосфери, забезпечення відпочинку гостям, а освітні події організовують для підвищення обізнаності, надання можливостей для навчання учасників.

## РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ІВЕНТ-ЗАХОДІВ У ГОТЕЛІ KHORTITSA PALACE

### **2.1 Організаційно - економічна характеристика готелю Khortitsa Palace у м. Запоріжжя**

Готель Khortitsa Palace розміщений у самому центрі м. Запоріжжя на Набережній міста біля річки Дніпро за адресою бульвар Шевченка 71. Розташований в 15-ти хвилинах ходьби до міської мерії, 30-ти хвилинах їзди від Міжнародного аеропорту Запоріжжя, а також в 1-й годині їзди до Міжнародного аеропорту Дніпропетровськ.

Основний вид діяльності компанії згідно з Державним класифікатором видів економічної діяльності: управління нерухомим майном за винагороду або на основі контракту (код КВЕД 47.09) [1].

Інші види діяльності: надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна (КВЕД 68.20), агентства нерухомості (КВЕД 68.31), консультація з питань комерційної діяльності й керування (КВЕД 70.22), організація будівництва будівель (КВЕД 41.10).

Приміщення “Khortitsa Palace” має загальну площу 19 200 м<sup>2</sup>, з яких: офіс — 5 700 м<sup>2</sup>, готель — 10 500 м<sup>2</sup>, підземний паркінг — 2 000 м<sup>2</sup>. Будівля готелю відповідає всім сучасним стандартам [3].

Готель пропонує різні категорії розкішних номерів, включаючи стандартні номери, люкси та апартаменти. Всі номери обладнані сучасними зручностями і створюють комфортні умови для гостей. Номерний фонд готелю складає 148 номерів (табл. 2.1).

## Номерний фонд готелю "Khortitsa Palace"

| Номери                    | Кількість номерів | Кількість житлових кімнат | Кількість місць |
|---------------------------|-------------------|---------------------------|-----------------|
| Президентський апартамент | 1                 | 4                         | 2               |
| Люкс                      | 19                | 2                         | 2               |
| Напівлюкс                 | 128               | 1                         | 1               |
| Разом                     | 148               |                           |                 |

У готелі "Хортиця Палас" є сучасні конференц-зали та бізнес-центр, які є привабливими для організації ділових заходів та зустрічей.

А також "є кілька ресторанів і барів, що пропонують розкішну кулінарну атмосферу. У ресторанах подають широкий вибір страв української та європейської кухні.

Для відпочинку та релаксації гостей у готелі працює спа-центр, де пропонується широкий спектр процедур і масажів. Також є фітнес-центр для активного відпочинку та підтримання фізичної форми.

Для узагальнення інформації про фінансово-господарську діяльність готелю слід проаналізувати його фінансові показники (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

## Основні техніко-економічні показники діяльності готелю

| № з\п | Найменування показника                | Один.ви міру | 2022  | 2021  | Відхилення 2022 до 2021, % |
|-------|---------------------------------------|--------------|-------|-------|----------------------------|
| 1     | 2                                     | 3            | 4     | 5     | 6                          |
| 1     | Чистий дохід від реалізації продукції | Тис.грн      | 25817 | 57203 | -54,87                     |
| 2     | Собівартість реалізованої продукції   | Тис.грн      | 11019 | 17492 | -37,01                     |

| 1  | 2   | 3       | 4        | 5       | 6        |
|----|---|---------|----------|---------|----------|
| 3  | Валовий прибуток                                | Тис.грн | 14798    | 39711   | -62,74   |
| 4  | Інші операційні доходи                          | Тис.грн | 12021    | 7089    | +69,57   |
| 5  | Адміністративні витрати                         | Тис.грн | 24314    | 32066   | -24,18   |
| 6  | Витрати на збут                                 | Тис.грн | 144      | 934     | -84,58   |
| 7  | Інші операційні витрати                         | Тис.грн | 27822    | 7218    | +285,45  |
| 8  | Фінансовий результат від операційної діяльності | Тис.грн | -25461   | 6582    | -486,83  |
| 9  | Інші доходи                                     | Тис.грн | -        | 56655   | -100     |
| 10 | Інші фінансові доходи                           | Тис.грн | 3252     | 700     | +364,57  |
| 11 | Фінансові витрати                               | Тис.грн | 64993    | 62681   | +3,69    |
| 12 | Інші витрати                                    | Тис.грн | 314326   | 23279   | +1250,26 |
| 13 | Фінансовий результат до оподаткування           | Тис.грн | (401528) | (22023) | -1723,22 |
| 14 | Чистий фінансовий результат                     | Тис.грн | (320439) | (22023) | +1355,02 |

За результатами 2022 року діяльність готелю “Khortitsa Palace” була збитковою, проте у 2021 році дохід закладу зростав, а з ним і чистий прибуток.

Середньоблікова чисельність працівників складає 79 людей. Фонд заробітної плати, порівняно з минулими роками, зменшився на 42,91%. Причиною на це стала повномасштабна війна з рф, багато співробітників покинули Україну та переїхали в інші регіони.

## 2.2 Аналіз організації планування подій у готелі

Успішна організація та проведення заходів у готелі вимагає детального планування та координації різних аспектів. Основні принципи планування подій у готелі Khortitsa Palace включають в себе клієнторієнтованість, співпрацю, якість та ефективність виконання поставлених задач, креативність, що допомагає використати новаторські ідеї для створення унікальних подій, а також ефективне управління ресурсами. До цілей, які ставить перед собою готель входять:

- Забезпечення високо рівня задоволеності гостей
- Ефективне використання ресурсів готелю для проведення заходу
- Забезпечення плідного виконання умов договорів з гостями
- Максимальна прибутковість від проведених event-заходів

Щоб ефективно організувати заходи, організаційна група повинна мати чітко визначені ролі та функціональні обов'язки для кожного учасника. У готелі Khortitsa Palace працює функціональна організаційна структура управління, де управління здійснюється певними підрозділами, які спеціалізуються на певному виконанні робіт [10, с. 14]. Щодо планування подій у готелі, за це відповідають такі підрозділи, як відділ продажів, відділ обслуговування гостей, ресторанний відділ, технічний відділ, маркетинговий відділ, адміністративний відділ (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

### Обов'язки організаційної групи готелю

| Підрозділ       | Обов'язки   |
|-----------------|---|
| 1               | 2   |
| Відділ продажів | Основні комунікації з гостями, продаж послуг організації заходів, укладання контрактів, визначення бюджету, укладання основних умов |

| 1                            | 2   |
|------------------------------|---|
| Відділ обслуговування гостей | Поселення гостей, обслуговування номерів, надання додаткових послуг   |
| Ресторанний відділ           | Планування меню, приготування та подача страв, координація з обслуговуючим персоналом під час подій                         |
| Технічний відділ             | Технічне забезпечення подій, аудіо та відео апаратура, освітлення, монтаж обладнання, підтримка технічного стану приміщення |
| Маркетинговий відділ         | Просування подій, розробка рекламних кампаній, взаємодія з ЗМІ, робота з соціальними мережами                               |
| Адміністративний відділ      | Контроль дотримання стандартів обслуговування   |

Процес планування подій у готелі починається з отримання запиту гостя. Основні кроки на цьому етапі включають в себе:

1. Отримання запиту від гостя
  - гість звертається до відділу продажів з запитом на проведення події
  - запит може бути отриманий через різні канали комунікації (сайт готелю, соціальні мережі або за номером телефону)
  - забезпечена швидка реакція на повідомлення гостя
  
2. Первинна комунікація
  - уточнення основних умов

- визначення типу події, дата та час проведення, кількість учасників та попереднього бюджету

### 3. Погодження умов

- узгодження основних умов
- попередню бронювання необхідних приміщень та ресурсів

Після погодження всіх умов йде етап попереднього планування. Він включає в себе: організацію зустрічей, визначення вимог, складання попереднього плану. На цьому етапі відділ продажів організує зустріч з клієнтом, це може бути особиста зустріч або відеоконференція, з метою детального узгодження всіх аспектів event-заходу. Фахівець детально записує всі вимоги щодо проведення події, щоб уникнути непорозумінь в майбутньому. Після цього, на основі отриманої інформації, складається план, що містить детальний опис етапів підготовки та проведення подій, розподіл обов'язків між відділами та попередній графік виконання робіт [5, с.19].

На етапі розподілу обов'язків визначаються відповідальні особи за кожен аспект події. Кожен відповідальний відділ отримує детальні вказівки щодо своїх обов'язків. Сюди входить точний опис вимог гостя, термін виконання завдання та необхідні ресурси. Інструкції повинні бути чіткими та зрозумілими для всіх залучених працівників.

Ефективна координація між усіма залученими відділами є важливим елементом успішного управління заходами. Для цього керівництво готелю "Khortitsa Palace" затвердило проведення регулярних зборів відділів, які організують заходи. На цих зустрічах обговорюється поточний стан підготовки, вирішуються проблеми і при необхідності коригуються плани. Регулярність та формат зустрічей змінюється залежно від розміру та потреб події. Етапи планування мають свої цілі та завдання (табл. 2.4).

## Цілі етапів планування івент-заходу

| Етап планування                    | Ціль   |
|------------------------------------|--|
| Визначення цілей та завдань заходу | Чітко визначені цілі та завдання дозволяють ефективно спланувати та провести захід   |
| Вибір формату та тематики заходу   | Формат та тематика повинні відповідати цілям та завданням заходу   |
| Визначення бюджету                 | Реалістичний бюджет дозволить спланувати захід у межах фінансових можливостей та уникнути перевитрат                                       |
| Розробка програми заходу           | Програма повинна бути насиченою, цікавою та відповідати цілям заходу   |
| Вибір місця проведення             | Готель пропонує різноманітне приміщення для проведення заходів різного масштабу та формату   |
| Підбір постачальників              | Вибір надійних та професійних постачальників є ключовим для успішного проведення заходу  |
| Підготовка персоналу               | Персонал готелю має бути доре підготовлений, та забезпечити високий рівень обслуговування учасників заходу                                 |
| Оцінка результатів                 | Аналіз проведеного заходу та збір відгуків учасників дозволяють виявити сильні та слабкі сторони та покращити планування майбутніх заходів |

Готель Khortitsa Palace використовує новітню систему управління готелями (PMS) і систему бронювання (CRS) для прийому і обробки онлайн і офлайн запитів на заходи. Основні функції системи декомунізують управління запитами на бронювання приміщень, ресурсів і обладнання, ведення календаря подій і автоматичне повідомлення гостей про статус запитів. Загальний рейтинг кожного аспекту є високим (5), середнім (3) або низьким (1) (табл. 2.5).

## Рейтинг системи бронювання готелю

| Аспекти системи бронювання     | Показник задоволеності |          |         |
|--------------------------------|------------------------|----------|---------|
|                                | Високий                | Середній | Низький |
| Зручність інтерфейсу           | 4                      | 3        | 2       |
| Швидкість обробки запитів      | 5                      | 4        | 2       |
| Доступність інформації         | 4                      | 4        | 3       |
| Зручність бронювання та оплати | 4                      | 4        | 2       |
| Система повідомлень            | 4                      | 4        | 3       |

У таблиці 2.5 оцінюються різні аспекти системи бронювання на основі задоволеності гостей.

### 2.3 Дослідження ресурсного забезпечення для проведення івент-заходів

Успішна організація заходів вимагає належного надання ресурсів, включаючи наявність відповідних приміщень, відповідного обладнання, кваліфікованого персоналу та ефективної системи управління ресурсами [14, с. 31].

У готелі Khortitsa Palace є 5 конференц-залів, спеціально призначених для проведення різних заходів, включаючи корпоративні конференції,

семінари, тренінги та інші події. Один конференц-зал гнучкий і сучасний, призначений для конференцій та громадських заходів (див. додаток А).

Цей конференц зал обладнаний доступом до Wi-Fi, новітніми проекторами та екранами, а також вміщує в себе 50 осіб [2].

Кожен конференц-зал відрізняється за розміром, що дозволяє готелю пропонувати гостям вибір відповідно до їхніх потреб та вимог.

Інші чотири конференц-зали трохи менші за розмірами та вміщують в себе 30 осіб. Вони також мають сучасне обладнання та доступ до Wi-Fi.

Готель Khortitsa Palace має 2 кімнати для переговорів для 15 осіб (див. додаток Б). Ці кімнати чудово підходять для проведення зустрічей, дискусій та бізнес-переговорів. Вони обладнані всім необхідним для проведення зустрічей, включаючи конференц-стілик, крісла, дошку, а також аудіо-та відеообладнання. Система кондиціонування забезпечує комфортні умови. Професійна технічна підтримка забезпечує безперебійну роботу обладнання на вищому рівні (див. додаток В).

Готель має великий банкет-зал на 120 осіб. Це вишукане приміщення для проведення різних подій, таких як весілля, ювілеї, корпоративні банкети, через свою велику вмістимість (див. додаток Г).

Приміщення має елегантний та стильний дизайн з використанням високоякісних матеріалів та меблів. Є можливість замовити організацію декорацій відповідно до обраної тематики. У залі є вільна площа для розважальних програм та танців.

Готель Khortitsa Palace пропонує своїм гостям широкий спектр кулінарних послуг, в тому числі послуги кейтерингу для різних урочистих заходів. У готелі пропонується різноманітне меню, що підходить для різних видів заходів і вимог гостей. У меню є страви різних кухонь світу, від класичних страв європейської кухні до екзотичних страв азіатської кухні. Якість, приготування і подача страви - одна з головних переваг кухні готелю. Шеф-кухар та його команда мають високий рівень професіоналізму та

креативності, що дозволяє їм створювати смачні та естетично привабливі страви.

Огляд кулінарних пропозицій готелю підтверджує його здатність пропонувати високоякісні та різноманітні страви для будь-якого заходу, забезпечуючи при цьому високий рівень задоволеності гостей.

Готель Khortitsa Palace має новітнє та сучасне технічне обладнання для проведення заходів будь-якого типу. У 2021 році керівництво готелю вклали гроші в оновлення обладнання. У готелі є аудіообладнання, відеообладнання, проекційне обладнання та освітлення (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

## Види обладнання готелю Khortitsa Palace

| Вид обладнання        | Тип обладнання  | Кількість одиниць | Стан        | Потреба в модернізації |
|-----------------------|---|-------------------|-------------|------------------------|
| Аудіообладнання       | Системи звукового підсилення, мікрофони, динаміки, аудіоінтерфейси, мікшери | 43                | Задовільний | Ні                     |
| Відеообладнання       | Відеоміксери, відеопроцесори, веб-камери, відеокамери, дисплеї, проектори   | 24                | Задовільний | Ні                     |
| Проекційне обладнання | Проекційні дошки  | 8                 | Задовільний | Ні                     |
| Освітлення            | RGB-лампи, RGB-стрічки, лампи, прожектори, ліхтарі                          | 21                | Задовільний | Ні                     |

Кожен тип подій характеризується своїми унікальними вимогами до обладнання, такими як аудіовізуальне обладнання, освітлення, звукове обладнання (табл. 2.7).

Таблиця 2.7

## Види обладнання готелю для різних типів подій

| Тип події           | Вид обладнання     |                     |               |              |
|---------------------|--------------------|---------------------|---------------|--------------|
|                     | Аудіообладнання, % | Відео-обладнання, % | Освітлення, % | Мікрофони, % |
| Конференції         | 80                 | 80                  | 85            | 95           |
| Весілля             | 70                 | 90                  | 80            | 85           |
| Корпоративні заходи | 85                 | 75                  | 75            | 90           |

Організація успішного заходу залежить від рівня кваліфікації персоналу, який надає обслуговування [11, с. 36]. Готель Khortitsa Palace має певні вимоги до підбору персоналу, і таким чином демонструє якість надання послуг та обслуговування. До вимог, які висуває готель відносяться вища освіта, досвід роботи від 3-х років, професійні навички, знання іноземної мови, через те, що готель відвідує дуже багато зарубіжних туристів.

Персонал готелю налічує 79 осіб. Кількість персоналу, який бере участь в організації та проведенні event-заходів залежить від типу та масштабу запланованої події.

Різні категорії персоналу готелю під час організації та проведення івент-заходів мають свої ролі та обов'язки (табл. 2.8).

## Обов'язки персоналу готелю під час організації подієвих заходів

| Посада                         | Кількість персоналу, осіб | Обов'язки  |
|--------------------------------|---------------------------|--|
| Менеджер з організації заходів | 3                         | Проведення переговорів з гостями, розроблення плану заходу, управління бюджетом заходу, підбір та укладання договору з постачальниками, контроль за виконанням |
| Адміністратор                  | 1                         | Приймання запитів на організацію заходів, моніторинг виконання плану організації заходу  |
| Бухгалтер                      | 1                         | Розроблення фінансового плану, моніторинг витрат, складання фінансових звітів, внутрішній аудит фінансових аспектів  |
| Посада                         | Кількість персоналу, осіб | Обов'язки  |
| Офіціант                       | 11                        | Підготовка ресторанного залу, прийом гостей, обслуговування гостей під час заходу, контроль за запасами страв  |
| Бармен                         | 4                         | Підготовка барної зони, приготування напоїв  |
| Шеф-кухар                      | 1                         | Розробка меню для заходу, планування кулінарного процесу, підготовка кухні, приготування страв   |
| Кухар                          | 13                        | Підготовка інгредієнтів, приготування страв  |
| Охорона                        | 8                         | Забезпечення порядку, дисципліни та безпеки гостей   |
| Технічний спеціаліст           | 7                         | Встановлення та налагодження обладнання, технічна підтримка  |
| PR-менеджер                    | 2                         | Організація реклами та ведення соціальних мереж  |
| Прибиральник                   | 6                         | Підготовка приміщень, підтримання чистоти приміщення під час заходу  |

Khortitsa Palace найвідоміший та найсучасніший готель у м. Запоріжжя. В цей готель приїжджають та заселяються туристи з усієї України та інших країн світу, тому Khortitsa Palace намагається надати умови гостям на найвищому рівні. Навіть, на період війни, готель продовжує удосконалювати свої приміщення, які використовуються для проведення подій, покращувати та оновлювати обладнання, а також займається підвищенням кваліфікації свого персоналу.

#### **2.4 Підготовка, проведення подій у готелі та оцінка результатів івент-заходів**

Готель Khortitsa Palace є одним із відомих готелів у м. Запоріжжя та надає послуги з організації та проведення різноманітних подій, таких як конференції, семінари, бізнес-зустрічі, весілля, банкети та інші заходи.

Першим кроком у підготовці події є зустріч з клієнтом для визначення його потреб та очікувань [16, с. 20].

Під час підготовки до події персонал визначає потреби в технічному обладнанні, такому як аудіо- та відеоапаратура, проектори, мікрофони, звукова система та інше. Готель Khortitsa Palace надає професійне обладнання та технічну підтримку для успішної презентації та проведення події.

Готель Khortitsa Palace пропонує широкий вибір меню та кейтерингові послуги для організації харчування під час подій. Персонал завжди враховує дієтичні потреби, особливі вимоги щодо меню та організовує якісне та смачне харчування для учасників.

При організації події важливо створити підходящу атмосферу та атракційний дизайн приміщення, тому готель Khortitsa Palace завжди може допомогти своїм гостям з вибором стилістики, декорацій та квітів, щоб створити відповідну атмосферу та візуальну привабливість.

У разі потреби в готелі Khortitsa Palace можна забронювати номери для учасників події. Готель має комфортні та затишні номери, що забезпечують гостям зручне проживання.

Готель Khortitsa Palace може надати додаткові послуги, такі як трансфер, організація дозвілля та екскурсій, послуги перекладача, а також спа-процедури та фітнес-центр для гостей.

Під час проведення події у готелі Khortitsa Palace надана координаційна та організаційна підтримка з боку професіонального персоналу. Вони відповідають на запитання, вирішують поточні проблеми та забезпечують гладку роботу події. Підготовка та проведення заходів у готелі проводяться поетапно (табл 2.9).

Таблиця 2.9

## Етапи підготовки та проведення подій у готелі

| Номер етапу | Підготовка заходу                            | Проведення заходу   |
|-------------|--|---|
| 1           | Підтвердження з клієнтом усіх деталей заходу | Зустріч учасників   |
| 2           | Огляд місця проведення                       | Забезпечення технічної підтримки та координування роботи постачальників |
| 3           | Бронювання необхідного обладнання            | Моніторинг дотримання програми заходу                                   |
| 4           | Підбір постачальників                        | Надання персоналізованого обслуговування учасникам                      |
| 5           | Підготовка персоналу                         | Вирішування будь-яких проблем, що виникають під час заходу              |

Ціни на організацію подій в Khortitsa Palace можуть варіюватися в залежності від вимог, розміру та складності події (табл 2.10).

## Цінова категорія організації подій у готелі

| Тип заходу          | Приміщення                | Місткість приміщення | Вартість           |
|---------------------|---------------------------|----------------------|--------------------|
| Конференція         | Конференц-зал “Хортиця”   | До 200 осіб          | Від 1500 грн/особу |
| Семінар             | Конференц зал “Запоріжжя” | До 100 осіб          | Від 1000 грн/особу |
| Банкет              | Банкетний зал “Палац”     | До 250 осіб          | Від 2000 грн/особу |
| Весілля             | Банкетний зал “Камелот”   | До 150 осіб          | Від 2500 грн/особу |
| Презентація         | Конференц-зал “Козацький” | До 50 осіб           | Від 800 грн/особу  |
| Корпоративний захід | Ресторан “Панська хата”   | До 100 осіб          | Від 1200 грн/особу |
| Прес-конференція    | Прес-центр                | До 50 осіб           | Від 500 грн/особу  |
| Благодійний захід   | Банкетний зал “Бальний”   | До 300 осіб          | Від 1000 грн/особу |
| Приватна вечірка    | VІP-зал                   | До 50 осіб           | Від 1500 грн/особу |

Оцінка результатів проведених подій є важливим етапом, який допомагає зрозуміти ефективність та успішність організованих заходів [21, с. 46].

Для оцінки результатів подій у готелі Khortitsa Palace менеджер з організації event-заходів проводить наступні дії:

проведення опитування та збір фідбеку від учасників події;

аналіз відгуків та рекомендацій від туристів;

аналіз бюджету, витрат та прибутку.

Аналіз відгуків та рекомендацій від споживачів досліджується за допомогою значень таких показників як, відгуки Google та Tripadvisor, повторні гості та інше (табл 2.11).

Таблиця 2.11

## Аналіз відгуків гостей готелю

| Показник   | Значення |
|--|----------|
| Середня оцінка за вігуками Google                                  | 4,8 з 5  |
| Кількість позитивних відгуків на Tripadvisor                       | 85%      |
| Процент повторних гостей   | 40%      |
| Процент споживачів, які рекомендують готель для проведення заходів | 80%      |

Якщо в події брали участь зовнішні постачальники або підрядники, готель збирає їхні відгуки і оцінки щодо співпраці та якості їхніх послуг. Це допомагає у виборі найкращих партнерів для майбутніх подій.

Для кращого розуміння результатів проведення подій можна зробити порівняльну характеристику за відгуками з іншими функціонуючими готелями міста Запоріжжя. Для порівняння візьмемо готель “Венеція” та готель “Intourist” (табл 2.12).

## Порівняльна характеристика готелів м. Запоріжжя

| Показник                                 | Khortitsa Palace | Венеція  | Intourist |
|--|------------------|----------|-----------|
| Середня ціна за номер                    | 2000 грн         | 1800 грн | 2200 грн  |
| Середня оцінка на Google                 | 4,8              | 4,5      | 4,3       |
| Кількість відгуків та TripAdvisor        | 500              | 300      | 400       |
| Кількість заходів, проведена за 2021 рік | 100              | 40       | 45        |
| Задоволеність гостей                     | 90 %             | 85 %     | 70 %      |

Команда Khortitsa Palace працює в тісному співробітництві з гостями, щоб зрозуміти їхні потреби та бажання та забезпечити успішну організацію події. Вони надають індивідуальний підхід до кожного споживача, пропонують рішення, які відповідають їхнім потребам, і докладають зусиль для забезпечення високої якості та задоволення учасників події.

## Висновки до розділу 2

Отже, у цьому розділі була досліджена ефективність організації event-заходів у готелі Khortitsa Palace у м. Запоріжжя.

Було проаналізовано організаційно-економічну діяльність готелю, яка показала, що основний вид діяльності компанії – це управління нерухомим майном за винагороду або на основі контракту, а також інші види діяльності. Номерний фонд готелю складає 148 номерів різних категорій, а чисельність працівників 79 осіб.

Також був проведений аналіз планування подій у готелі, який показав обов'язки організаційної групи, цілі та завдання всіх етапів планування заходів, а також проаналізовано систему бронювання готелю, яка має досить високі оцінки.

У розділі було досліджено ресурсне забезпечення готелю для проведення івент-подій, яке показало, що готель Khortitsa Palace має досить багато ресурсів, таких як великі та комфортабельні приміщення, сучасне обладнання, а також додаткові послуги, наприклад, кейтеринг.

Аналіз підготовки та проведення івент-заходів у готелі показав, що готель відповідально ставиться до своїх завдань, надана координаційна та організаційна підтримка з боку професіонального персоналу, надаються додаткові послуги, такі як трансфер, організація дозвілля та екскурсій, послуги перекладача, а також спа-процедури та фітнес-центр для гостей.

## РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ПОДІЄВИХ ЗАХОДІВ У ГОТЕЛІ

### **3.1 Розробка пропозицій щодо удосконалення обслуговування споживачів у готелі під час проведення івент-заходів**

Організація івент-заходів у готелі вимагає високого рівня обслуговування для забезпечення максимального задоволення гостей та учасників. Якість обслуговування є важливим фактором, що впливає на репутацію готелю і лояльність гостей [3, с. 12].

Удосконалення системи бронювання та реєстрації гостей - важливий крок до підвищення якості обслуговування в готелі "Khortitsa Palace" під час проведення різноманітних заходів. Це не тільки спрощує процес реєстрації гостей, але й дозволяє ефективніше організовувати заходи та покращує загальні враження гостей.

Світ сучасних технологій надає безліч різноманітних засобів для полегшення та покращення бронювання. Сюди входить мультимовні платформи, інтеграція з платіжними системами, система сповіщень та нагадувань, мобільні додатки.

Щодо поліпшення системи бронювання у готелі, Khortitsa Palace може використовувати:

- мультимовні платформи, створення яких забезпечить зручність для іноземних гостей
- автоматичну систему підтверджень та нагадувань, через яку буде відбуватися автоматична розсилка гостям на електронну адресу з нагадуванням про наближення дати заходу
- мобільний додаток для самостійної реєстрації на івент-захід, який значно скоротить час очікування та підвищить ефективність реєстрації учасників

- цифрові ключі та QR-коди, завдяки яким буде спрощено процес входу до певних приміщень на заході та підвищити безпеку

ще одним невід'ємним аспектом у покращенні системи обслуговування споживачів є покращення комунікації з гостями, для того, щоб забезпечити високий рівень надання послуг. Для того, щоб покращити систему комунікації з гостями, можна впровадити використання багатомовних платформ, чат-боти, онлайн консультації (Табл 3.1).

Таблиця 3.1

## Аспекти удосконалення системи обслуговування

| Аспект удосконалення                          | Заходи для реалізації                                   | Переваги для гостей            | Переваги для готелю                  |
|---|---|--------------------------------|--------------------------------------|
| Використання багатомовних платформ            | Створення багатомовного веб-сайту та мобільного додатку | Простота використання          | Залучення іноземних туристів         |
|   | Переклад важливих матеріалів                            | Зрозуміла інформація           | Покращення репутації                 |
|   | Наявність перекладачів                                  | Зручне спілкування             | Зменшення мовних бар'єрів            |
|   | Покращення знань іноземної мови для персоналу           | Вирішення незрозумілих питань  | Ефективне та швидке вирішення питань |
| Використання чат-ботів та онлайн-консультацій | Впровадження чат-ботів                                  | Цілодобова підтримка           | Зменшення навантаження персоналу     |
|   | Жива підтримка через онлайн-консультації                | Зручність комунікації          | Контроль якості обслуговування       |
|   | Система автоматичного відстеження запитів               | Персоналізоване обслуговування | Аналіз ефективності                  |
| -   | Використання аналітичних інструментів для збору даних   |                                | -                                    |

Впровадження цих пропозицій є необхідним кроком для вдосконалення обслуговування гостей під час проведення івент-заходів.

Підвищення безпеки гостей відіграє важливу роль в обслуговуванні, особливо під час проведення івент-заходів. Впровадження сучасних систем безпеки та організація регулярної практики для персоналу – важливий крок до підвищення безпеки гостей готелю [7, с. 25]. В цьому випадку, кращим рішенням, щодо удосконалення, буде впровадити:

- електронні ключі та картки доступу, для контролю входу до приміщень готелю;
- системи обмеженого доступу, завдяки яким, буде заборонено вхід до приміщень, призначених для персоналу або VIP-персон;
- інформаційні матеріали в усіх приміщеннях готелю, в яких буде донесена інформація про евакуаційні шляхи та інструкції на випадок надзвичайних ситуацій;
- організацію навчань для персоналу, включаючи проведення регулярних тренінгів, курси першої медичної допомоги, планування безпеки гостей під час масових івент-заходів.

Екологічна проблема є однією з найбільш поширених проблем в світі. Тому саме зараз, готелі з сучасним поглядом на життя, намагаються вирішувати цю проблему на своїх підприємствах. Готелю Khortitsa Palace також важливо відповідально поставитися до цього питання. Для того, щоб удосконалити систему обслуговування в цьому питанні, під час заходів, які організовує готель, потрібно спробувати впровадити наступні речі:

- використання екологічно чистих продуктів харчування, закупівля місцевих та органічних продуктів, розробка меню з рослинними продуктами, які не несуть зайвої шкоди організму;
- використання екологічно чистих матеріалів під час заходу, таких як біорозкладні та компостовані матеріали;
- зменшення використання електронергії та води, використовуючи новітні прилади для зниження споживання цих послуг;

- запровадження програм з утилізації відходів, впровадити системи роздільного збору відходів, організувати компастування органічних відходів, які залишаються після приготування їжі;

- інформаційні матеріали для гостей, які розповідають про екологічні ініціативи готелю.

Завдяки впровадженню екологічно чистих продуктів та матеріалів, програм по поводженню з відходами, готель може забезпечити високий рівень екологічної відповідальності, захистити навколишнє середовище та підвищити привабливість екологічно - усвідомлених гостей.

### **3.2 Визначення пріоритетних напрямів удосконалення організації івент-заходів**

Розробка та впровадження нових івент-заходів у готель може стати потужним інструментом для залучення нових гостей, збільшення доходів та покращення репутації підприємства.

Місто Запоріжжя має найвидатнішу історію, яку тільки можна собі уявити. Незважаючи на те, що деякі факти вже забуті, все ще є люди, які пам'ятають про запорізьких козаків і про запорожець - маленький автомобіль, зроблений на місцевому заводі.

Дивлячись на це, новий івент-захід, який міг би організовувати готель Khortitsa Palace може бути пов'язаний з історією міста, культурою, національністю, козаками та етнічністю.

Структура заходу складається з таких основних етапів, як планування, організація та проведення події.

Дотримуючись наведених кроків, можна спланувати та провести такий успішний захід, як виставку місцевої творчості "Дух Запоріжжя".

Концепція заходу "Дух Запоріжжя" має на меті відобразити унікальну культурну спадщину та творчий дух міста Запоріжжя. "Дух Запоріжжя" – це свято багатой та різноманітної культури, історії та талантів міста. Захід буде

створений для того, щоб відзначити та вшанувати творчість та інновації місцевих художників, ремісників, дизайнерів та виконавців.

План заходу має на меті відзначити такі основні аспекти, як назва заходу, місце проведення, кількість гостей, вартість квитка та інше (табл 3.2).

Таблиця 3.2

## Планування нового івент-заходу у готелі

| Тип, назва заходу    | Виставка “Дух Запоріжжя”   |
|----------------------|--|
| 1                    | 2  |
| Місце                | Готель “Khortitsa Palace”  |
| Кількість гостей     | 120 осіб   |
| Час проведення       | 16:00 – 21:30  |
| Цільова група        | Чоловіки та жінки віком від 18 до 45 років   |
| Вартість квитка      | 2700 грн   |
| Запрошення           | Розсилка email-запрошень   |
| Приміщення           | Конференц-зал  |
| Оформлення           | Стінка з фотографіями козаків, статуї козаків, козацькі мечі та щити, макети історичних будівель, декоративні стіни, де зображені поля з соняшниками, вишиті рушники, глиняний посуд |
| Обладнання           | Виставкові стенди, інформаційні панелі, освітлення, проектори, мікрофони, аудіосистеми   |
| Музика               | Традиційна українська музика   |
| Розважальна програма | Театралізовані вистави<br>Культурні вистави<br>Майстер-класи<br>Виступи місцевих музикантів<br>Конкурси  |

| 1                  | 2   |
|--------------------|---|
| Артисти            | Акторський склад Запорізького музико-драматичного театру імені В.Г. Магари<br>Академічний козацький ансамбль пісні і танцю “Запоріжці”<br>Ансамбль народного танцю “ВИХИЛЯС”<br>Арт-студія “Maestro”<br>Музичний гурт “Хорта”<br>Музикант Олексій Макаренко |
| Торгові майданчики | Продаж вишиванок, глиняного посуду прикрас та картин  |
| Їжа та напої       | Шулик, потапці, загреби, капуста, тетеря, щерба, млинці, галушки, полядниця, квас, кава, чай, медовуха, вино,   |
| Сума витрат        | 222 300 грн   |
| Час на підготовку  | 31 день   |

На виставці “Дух Запоріжжя” велика увага буде приділена атмосфері заходу, для того, щоб створити загальне враження учасників та зробити подію незабутньою. Для цього буде використовуватися правило п’яти почуттів (зір, слух, дотик, нюх, смак).

Для того, щоб зробити зорове сприйняття заходу учасниками, буде створено візуальні ефекти за допомогою декорацій, ілюмінацій, які будуть відображати культурну спадщину Запоріжжя.

Щодо слухового сприйняття, буде грати традиційна українська музика, що створить атмосферу, яка відповідає тематиці заходу.

Дотик. У учасників події буде можливість доторкнутися до предметів та експонатів.

Четверте почуття, це нюх. Для створення атмосфери будуть використані аромати квітів та трав, які асоціюються з культурою та традиціями міста.

І останнє почуття - це смак. На заході будуть подаватися національні страви Запоріжжя, сучасні та стародавні, які відображають культурні традиції Запоріжжя.

Прорахування бюджету заходу – складний та важливий етап при організації події. Для прорахунку витрат виставки “ Дух Запоріжжя” було враховано ціну обладнання, декорацій, реклами, харчування, розважальної програми та непередбачені витрати (табл 3.3).

Таблиця 3.3

## Розрахунок витрат нового івент-заходу

| <b>Витрати</b>            | <b>Сума, грн</b>   |
|---------------------------|--------------------|
| Оренда обладнання         | 5 300 грн          |
| Декорації                 | 11 000 грн         |
| Товар для продажу         | 17 000 грн         |
| Реклама                   | 10 000 грн         |
| Харчування                | 65 000 грн         |
| Артисти                   | 78 000 грн         |
| Непередбачені витрати     | 12 000 грн         |
| Заробітна плата персонала | 24 000 грн         |
| <b>Всього:</b>            | <b>222 300 грн</b> |

Основні витрати такого заходу складатимуть 222 300 гривень.

При підготовці програми заходу може знадобитися його формалізований розклад, де вказано, що і в який час відбувається []

Виставка “Дух Запоріжжя” буде проводитися з 16:00 до 21:30. Розклад заходу виглядає так:

16:00 - вітання з учасниками;

16:30 - вільний час учасників;

17:00 - виступ ансамблю народного танцю “ВИХИЛЯС”

17:30 - виступ музичного гурту “Хорта”;

18:00 - вільний час учасників;

- 18:20 - конкурси для учасників;  
 19:00 - майстер-клас від арт-студії “Maestro”;  
 19:40 - вільний час учасників;  
 20:00 - театралізована вистава акторського складу Запорізького музико-драматичного театру ім. В. Г. Магари;  
 20:30 - виступ музиканта Олексія Макаренко;  
 20:50 - виступ академічного козацького ансамблю пісні і танцю “Запоріжці”;  
 21:30 - прощання та подяка учасникам заходу.

Під час виступів учасники івент-заходу можуть вільно пересуватися по конференц-залу, пригоститися національною їжею, а також купувати сувеніри на торгових майданчиках. На заході будуть продемонстровані картини місцевих художників, ремесла, а також одяг з національною вишивкою місцевих дизайнерів. Також під час заходу буде організований благодійний аукціон на післявоєнну відбудову міста Запоріжжя.

Після проведення івент-заходу організаційна група має прорахувати прибуток, який готель отримав після проведення події. До доходів відносять: продаж квитків, спонсорські внески, продаж товарів та інше (Табл. 3.4).

Таблиця 3. 4

## Розрахунок доходів нового івент-заходу

| Доходи             | Сума, грн          |
|--------------------|--------------------|
| Продаж квитків     | 324 000 грн        |
| Спонсорські внески | 27 000 грн         |
| Продаж товарів     | 34 000 грн         |
| Рекламні угоди     | 14 000 грн         |
| Благодійні внески  | 36 000 грн         |
| Оренда стендів     | 8 000 грн          |
| <b>Всього:</b>     | <b>443 000 грн</b> |

Сума доходів від івент - заходу “Дух Запоріжжя” складає 443 000 грн. Таким чином, прибуток готелю від події складає 220 700 грн.

Впровадження нових івент - заходів у готельному підприємстві - пріоритетний напрям удосконалення організації подієвих заходів, який сприяє підвищенню конкурентоспроможності, збільшенню доходів, а також підвищити лояльність постійних гостей, створивши нові та пам'ятні враження.

### **3.3 Шляхи просування і продажів подієвих заходів**

Ефективне просування і продаж event-заходів - один з найцікавіших та найважливіших факторів, для того, щоб готельне підприємство змогло досягти успіху.

Головною перевагою будь-якої спеціальної події - є встановлення контакту між клієнтом, який пропонує провести івент-захід та аудиторією, встановити емоціональний зв'язок.

Існують 4 основні правила для дієвого маркетингу події. По-перше, це визначити мету та ідею заходу, це може бути як презентація нового продукту, залучення нових споживачів, так і інформування громадськості та підведення підсумків за рік [17, с. 37].

Для того, щоб івент-захід виконав усі поставлені організаторами завдання, його треба рекламувати. Реклама може бути різною, як і її цілі. Але однією з найрозповсюджених цілей реклами є зібрати цільову аудиторію заходу.

Важливим аспектом є те, що івент-захід має бути інтегрований в загальну маркетингову стратегію компанії на рівні її місій та цілей. Не менш потрібними елементами продажу подій у готельному підприємстві є планування бюджету, кошти та носії реклами.

Основні шляхи просування та продажів подієвих заходів включають в себе цільовий та цифровий маркетинг, партнерства, медійну рекламу, відгуки, спеціальні пропозиції та інше (табл 3.5).

## Основні шляхи просування подієвих заходів

| Шляхи просування        | Визначення   |
|-------------------------|--|
| Цільовий маркетинг      | Визначення основних потенційних споживачів заходів для створення маркетингової кампанії, розподіл ринку на сегменти  |
| Цифровий маркетинг      | Використання популярних соціальних мереж, розсилка через e-mail, оптимізація веб-сайту   |
| Партнерства             | Співпраця з місцевими бізнесами, спонсорство   |
| Медійна реклама         | Реклама в місцевих журналах, газетах, на телебаченні, використання банерної реклами на веб-сайтах та рекламних мережах   |
| Шляхи просування        | Визначення   |
| Відгуки та рекомендації | Заохочення учасників заходів залишати відгуки для майбутнього їх використання у рекламних матеріалах, використання системи рефералів, де учасники зможуть рекомендувати події знайомим, а за це отримувати бонус |
| Спеціальні пропозиції   | Надання знижок спеціальній категорії учасників   |
| Брендування             | Використання брендкованої продукції підприємства для просування заходів  |

Розглянемо детальніше шляхи просування заходів для готелю Khortitsa Palace.

Важливим рішенням при просуванні заходу є вибір каналу для поширення інформації. Щоб раціонально обрати ці канали, потрібно враховувати наступні показники:

- Охоплення
- Доступність
- Вартість
- Керованість
- Авторитетність

- Сервісність.

Важливо вибрати такий канал поширення інформації, який максимально збільшує кількість можливих рекламних посилань.

Першим, що має використати готель для просування своїх заходів – це пряме звернення до своїх гостей та туристів. Це може бути поштова кур'єрська розсилка та електронна. Цей лист має включати в себе звернення та запрошення до майбутнього учасника події. Лист має містити логотипи готелю, партнерських компаній, оформлений має бути у стилістиці майбутнього заходу, має продемонструвати мету заходу, його тип, можливий дрес-код, час, місце проведення та статус запрошеного.

Найефективнішим способом просування заходів в наш час є - інтернет. Тому готель використовує інтернет для більш поширеного розповсюдження своїх заходів. Серед інструментів, які використовуються для розповсюдження в інтернеті є:

- банери з посиланням на сайт готелю, де написана більш детальна інформація про захід, та є можливість бронювання квитка;
- пости в соціальних мережах, серед таких Instagram, Facebook, Twitter, TikTok, Telegram;
- відеохостинг, короткі рекламні відео на YouTube;
- новинні сайти, які публікують статті та повідомляють про майбутні заходи;
- реклама у відомих блогерів.

Завдяки цим методам, багато людей дізнаються про майбутні заходи та долучаються до них, що приносить достатню прибутковість готелю.

Щодо PR – Public Relations. Це включає в себе зв'язки з громадськістю. PR - це технології створення та впровадження при суспільно-економічних і політичних системах конкуренції образу об'єкта (ідеї, товару, послуги, персоналії, організації - фірми, бренду) в ціннісний ряд соціальної групи, з метою закріплення цього образу як ідеального і необхідного в житті. [17, с. 42]

Наступна за ефективністю реклама, це реклама в засобах масової інформації. Цей засіб розповсюдження є традиційним рекламним інструментом. Особливу увагу, в цьому випадку, потрібно приділяти піар-інструментам:

- розсилка прес-релізів;
- проведення прес-конференцій;
- пропозиція взяти інтерв'ю у найцікавіших учасників майбутнього заходу.

Важливо вміти організувати роботу з пресою, щоб просування вийшло справді ефективним та довгостороковим. Розглянемо детальніше формати заходів з пресою (табл. 3.6).

Таблиця 3.6

## Формати заходів з пресою

| Формат заходу         | Завдання  |
|-----------------------|---|
| Прес-конференція      | Презентація нової інформації для журналістів      |
| Круглий стіл          | Підвищення статусу підприємства в суспільстві     |
| Прес-ланч             | Особисте знайомство та неформальні обговорення    |
| Прес-тур              | Фото та відео зйомка івент-заходів                |
| День відкритих дверей | Відвідування журналістами готельного підприємства |

Завдяки цим піар-стратегіям, реклама в засобах масової інформації дасть широке охоплення, та зацікавить велику кількість потенційних споживачів заходу.

Щодо спеціальних пропозицій для учасників, які можуть слугувати чудовим шляхом просування заходів. Спеціальні пропозиції та знижки - це потужний інструмент для залучення гостей на заходи готелю.

Запровадження програми Early. Ця програма пропонує знижки для тих, хто забронював відвідування заходу заздалегідь. Це створює відчуття терміновості та мотивує гостей швидше бронювати місця на заходах.

Встановлюються конкретні дати, до яких клієнти можуть скористатися знижкою. Пропонується знижка для тих, хто бронює участь у заході заздалегідь. Перевагами такої програми є те, що готель може розрахувати свої ресурси для проведення заходу, знаючи орієнтовну кількість учасників, ранній притік коштів та є менший ризик неотримання очікуваної кількості відвідувачів.

### **3.4 Аналіз джерел формування доходів івент-заходів та шляхи зниження витрат**

Організація подієвих заходів у готелі є складним процесом, який вимагає ретельного управління фінансовими ресурсами. Ефективне управління доходами та витратами є важливим фактором успіху будь-якої події.

На розрахунки бюджету впливають дані, на підставі яких можна припускати кількість учасників, орієнтовні витрати та доходи. [22, с. 52].

До основних джерел формування доходів івент-заходів відносять реєстраційні внески, спонсорство, доходи від реклами, бартерні угоди, оренда та комісійні (табл 3.7).

Таблиця 3.7

Основні джерела формування доходів івент-заходів

| Джерела доходів     | Визначення  |
|---------------------|---|
| 1                   | 2   |
| Реєстраційні внески | Продаж квитків на захід за можливість бути присутнім                            |
| Спонсорство         | Залучення спонсорів, які фінансово, технічно або інформаційно спонсорують захід |

| 1              | 2   |
|----------------|---|
| Реклама        | Продаж місць на своєму заході для реклами інших компаній              |
| Оренда         | Надання в оренду майданчика у своєму приміщенні на заході             |
| Бартерні угоди | Отримання будь-яких послуг по бартеру                                 |
| Комісійні      | Спосіб винагороди за послуги, який базується на виконанні певних умов |

- Реєстраційні внески. Є основним доходом від івент-заходів. Факторами впливу є ціна квитка, обсяг аудиторії та тип заходу.

- Спонсорство. Залучення спонсорів, які фінансово підтримують захід в обмін на рекламні можливості. Є фінансові, технічні та інформаційні види спонсорства. Факторами впливу є престижність заходу, цільова аудиторія та рекламний потенціал для спонсора.

- Реклама. Організований захід може бути цікавим майданчиком для реклами іншої компанії, це може бути розміщення стенду, розповсюдження брошур та розміщення логотипів інших компаній. Факторами впливу є кількість учасників, тип заходу та місце проведення заходу.

- Бартерні угоди. Захід може отримати за бартером щось, на що витратили б гроші, то це можна записати і в витрати, і в доходи [17, с.55].

- Комісійні. Отримання винагороди від гостя або компанії за виконання певних умов та домовленостей.

Існують також і інші джерела доходів від івент-заходів. Це може бути продаж додаткових послуг, таких як проживання, харчування, трансфер та інші. А також це може бути продаж брендіваних товарів івент-події, це можуть бути футболки, блокноти, ручки, чашки та інші речі, які демонструють логотип івент-заходу.

Окрім доходів, організація подієвих заходів вимагає вкладання немалих коштів, щоб івент вийшов вдалим, приніс користь та звичайно ж прибуток. Витрати поділяються на прямі та непрямі. Прямі витрати також складаються з постійних і змінних витрат.

Прямі витрати відносяться до вже самого проведення події. До них належить оренда або купівля обладнання, реклама, харчування, заробітна плата персоналу.

В свою чергу, до постійних витрат відносять витрати на оформлення приміщення, на рекламу, на трансфер та інші витрати, які не залежать від кількості учасників на події.

Щодо змінних витрат, сюди слід віднести витрати, які вже залежать від кількості гостей на заході. Наприклад, подарунки або роздаткові матеріали.

Непрямі витрати – не пов'язані безпосередньо з самим заходом, але необхідні для його організації [21, с. 30]. Вони включають в себе амортизацію, телефонний зв'язок, інтернет, а також офісні витрати та заробітню плату постійного персоналу.

Для забезпечення економічної ефективності івент-заходів зменшення витрат є найбільш важливим завданням. Важливо оптимізувати бюджет заходу так, щоб зберегти його якість та успішність. Існує декілька ефективних стратегій для зниження витрат подієвих заходів (Табл. 3.8).

Таблиця 3.8

## Стратегії зниження витрат подієвих заходів

| Стратегії                        | Визначення  |
|----------------------------------|---|
| 1                                | 2   |
| Оптимізація витрат на приміщення | Використання гнучких графіків для заповнення менш завантажених періодів |
| Власне обладнання                | Використання власного обладнання для зменшення витрат на оренду         |

| 1                              | 2  |
|--------------------------------|--|
| Оптимізація витрат на персонал | Найм тимчасового персоналу, щоб знизити витрати на постійний персонал          |
| Харчування                     | Використання місцевих постачальників для зниження витрат на логістику          |
| Маркетинг                      | Використання безкоштовних платформ для просування івент-подій                  |
| Спонсорство                    | Залучання спонсорів для часткового покриття витрат івент-заходів               |
| Енергоефективність             | Використання енергоефективних технологій для зниження витрат на електроенергію |

Впровадження цих стратегій допоможе готелю значно знизити витрати на організацію та проведення івент-заходів.

### **Висновки до розділу 3**

Отже, удосконалення організації подієвих заходів у готелі є важливим чинником для створення конкурентоспроможності, підвищення репутації, лояльності постійних гостей, а також збільшення прибутку.

Таким чином, було розроблено пропозиції щодо удосконалення обслуговування гостей під час заходів, які включають покращення комунікації з гостями (використання багатомовних платформ, створення чат-ботів та онлайн консультацій). А також підвищення безпеки гостей та вирішення екологічної проблеми.

Щодо покращення організації івент-подій, було запропоновано розробити та впровадити новий івент-захід, було розроблено план та розклад заходу, прораховані витрати і доходи такої події.

Запропоновані шляхи просування та продажів івент-подій у готелі, такі як медійна реклама, відгуки та рекомендації, робота з пресою, а також спеціальні пропозиції.

Також були проаналізовані джерела доходів івент-заходів, такі як реєстраційні внески, спонсорство, оренда, реклама та запропоновані шляхи зниження витрат під час організації та проведенні події.

## ВИСНОВКИ

У процесі виконання дипломної роботи, були розглянуті основні аспекти організації та розробки event-заходів у сфері гостинності.

Event-індустрія - набирає великих обертів на ринку продажів подієвих заходів, таких як ділових, культурних, спортивних та інших. Популярність організації івент-заходів зростає з кожним роком, і демонструє, що велика кількість готельних та ресторанних бізнесів вводять новітні івент-технології на своїх підприємствах на високому рівні.

У першому розділі була розглянута основна типологія та класифікація івент-заходів. Існують різні підходи до класифікації івентів. Події можна класифікувати за багатьма критеріями, такими як масштаб, характер, тривалість, значущість, структура та інші. Організація заходів в індустрії гостинності вимагає ефективно планувати, організовувати та управляти подіями враховуючи потреби своїх споживачів і вимог готельного ринку.

Для цього на ринку розвивається таке поняття, як івент-менеджмент, який допомагає раціонально ввести планування, організацію та управління подієвими заходами. Було розглянуто, що кожна івент-подія має на меті свої цілі та завдання, які можуть бути зовсім різними та залежати від типу заходу. Отже, класифікація event - подій охоплює багато типів та видів заходів, таких як весілля, церемонії, саміти, виставки, ділові зустрічі та інші. А застосування інструментів event - менеджменту у готельній індустрії допомагає підприємству підвищити конкурентоспроможність та збільшити прибуток.

У другому розділі була досліджена вже діюча організація івент-заходів у готельному комплексі Khortitsa Palace у м.Запоріжжя. Аналіз організаційно-економічної характеристики готелю показав, що готель пропонує своїм гостям 148 номерів різних категорій, кількість персоналу складає 79 осіб, але фонд заробітної плати на 2023 рік зменшився, через повномасштабну війну в Україні, багато працівників були вимушені поїхати з м. Запоріжжя. Основні техніко-економічні показники діяльності готелю

продемонстрували, що за 2022 рік діяльність готелю була збитковою у порівнянні з 2021-м роком. Аналіз організації планування, підготовки та проведення подій у готелі свідчить про вдалу та скооперовану роботу організаційної групи персоналу, що дає змогу проводити івент-заходи у готелі на найвищому рівні. Дослідження ресурсного забезпечення підприємства доводить, що готель має такі ресурси, як приміщення, обладнання, персонал, додаткові послуги, високого класу, які допомагають краще організовувати івенти.

У третьому розділі, було розкрито основні аспекти удосконалення організації подієвих заходів у готелі, такі як удосконалення обслуговування гостей, організації, шляхи просування івентів, а також було проведено аналіз джерел доходів подій та запропоновані шляхи зниження витрат. Був розроблений новий івент захід - виставка “Дух Запоріжжя”. Загалом, розробка та впровадження event-заходу у готельному комплексі Khortitsa Palace виявилась успішною. Новий івент допоможе готелю збільшити прибуток, підвищити лояльність постійних гостей, а також знайти нових споживачів.

Для подальшого розвитку напрямку event-заходів у Khortitsa Palace рекомендуються наступні кроки:

- Продовження розробки та впровадження нових унікальних концепцій заходів;
- Розширення співпраці з компаніями-партнерами для надання додаткових послуг і підвищення якості заходів;
- Інвестування в маркетинг і просування event-заходів для залучення ширшої аудиторії;
- Збір відгуків гостей і внесення вдосконалень у процес організації та проведення заходів.

Реалізація цих рекомендацій дозволить готельному комплексу Khortitsa Palace продовжити розвивати свій напрямок event-заходів і залишатися провідним гравцем на ринку гостинності в Запоріжжі та за його межами.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Білик О.А. Менеджмент готельного господарства. - К.: Знання, 2007. - 447 с.
2. Білинська І. М. "Культурні заходи як частина сервісу готелю", Тернопіль: Астон, 2021.
3. Білоконь П. А. "Туристичний бізнес в Україні: основи та перспективи", Львів: Магнолія, 2020.
4. Бойко М. Д. "Управління подіями: теорія і практика", Дніпро: Інновація, 2020.
5. Василенко В. А. "Логістика в організації заходів у готелях", Київ: Професія, 2022.
6. Войтович Т. І. "Планування та організація подій в готелях України", Київ: Український інститут розвитку, 2021.
7. Галич О. Д. "Менеджмент у готельному господарстві: теорія та практика", Луцьк: Вежа, 2020.
8. Голубєва В.Л. Організація обслуговування в готелях і туристичних комплексах. - К.: Центр учбової літератури, 2010. - 256 с.
9. Гончаренко С. У. "Клієнт-орієнтований підхід у готельній індустрії", Одеса: Моряк, 2023.
10. Громова С. І. "Сучасні тенденції в організації event-заходів", Київ: Академія, 2023.
11. Демченко І. С. "Роль івент-менеджменту у популяризації готельного бізнесу", Хмельницький: Форт, 2022.
12. Денисенко М.П. Менеджмент готельного бізнесу: теорія та практика : навч. посіб. - К.: Центр учбової літератури, 2012. - 320 с.
13. Дмитренко О.М. Організація обслуговування в закладах готельного господарства: навч. посіб. - К.: КНЕУ, 2014. - 252 с.

14. Дурович А.П. Готельний бізнес: теорія і практика : навч. посіб. - К.: Аграр Медіа Груп, 2010. - 640 с.
15. Євтушенко Є. В. "Розвиток готельного бізнесу через інноваційні події", Донецьк: ДонНУ, 2023.
16. Загородня Г.І. Організація обслуговування в засобах розміщення : навч. посіб. - К.: КНЕУ, 2017. - 168 с.
17. Заїка Ю. О. "Стандарти сервісу в готелях", Кривий Ріг: Мінерал, 2021.
18. Захарчук В. М. "Оптимізація управління готельними послугами", Черкаси: Брама, 2020.
19. Зубко В. Ю. "Маркетингові стратегії в готельній індустрії", Одеса: Астропринт, 2022.
20. Квартальнов В.А. Туризм: менеджмент і маркетинг. - Х.: Знання, 2009. - 383 с.
21. Кириченко В. А. "Стратегічне управління готелем", Харків: Фоліо, 2019.
22. Козир М. В. "Прийоми ефективної роботи у готельному бізнесі", Черкаси: Брама, 2022.
23. Козуб В. О. "Управління подіями на місцевому рівні: готельні послуги", Чернігів: Часопис, 2021.
24. Красножон І. В. "Менеджмент у туристичній індустрії", Чернівці: Букрек, 2023.
25. Крупка В.І. Організація обслуговування в готельному бізнесі: монографія. - Луцьк: Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, 2012. - 268 с.
26. Куц С. В. "Ефективність event-менеджменту в гостинництві", Одеса: Балтія-Друк, 2023.
27. Лазаренко І. Л. "Маркетинг управління подіями: виклики та рішення", Полтава: Асмi, 2022.

28. Левицька С. О. "Міжнародні стандарти організації подій у готелях", Рівне: Оріон, 2023.
29. Литвиненко Л. О. "Event-менеджмент: від планування до реалізації", Житомир: Полісся, 2021.
30. Лісовенко Л.С. Організація і технологія готельного обслуговування : навч. посіб. - К.: КНЕУ, 2016. - 208 с.
31. Лойко О.Т. Організація обслуговування в готельно-ресторанних комплексах : навч. посіб. - К.: Аграр Медіа Груп, 2008. - 544 с.
32. Любченко П. С. "Управління якістю послуг у туризмі та гостинності", Миколаїв: Іліон, 2023.
33. Мазур Н. І. "Кейси з управління готельними послугами", Чернігів: Чернігівське зоря, 2019.
34. Маркеліна Л. Вступ до маркетингу. - Львів: БаК, 2003. - 736 с.
35. Марченко М. О. "Професіоналізм у проведенні корпоративних заходів", Київ: Професія, 2020.
36. Нікітіна Л. Г. "Сучасні тренди в організації заходів на прикладі готельних комплексів", Запоріжжя: Запорізька обласна друкарня, 2021.
37. Олійник В. А. "Управління ризиками в туристичному бізнесі", Ужгород: Закарпаття, 2023.
38. Олійник О.С., Балабанова О.А. Маркетинг в індустрії туризму і готельного господарства: навч. посіб. - К.: КНЕУ, 2018. - 304 с.
39. Орлова А. В. "Розробка і впровадження інноваційних заходів у гостинності", Вінниця: Нова Книга, 2022.
40. Павленко Ф. А. "Ефективність інвестицій у готельний бізнес", Черкаси: Антіква, 2022.
41. Пересада А.А. Організація обслуговування в готельних комплексах: навч. посіб. - К.: КНЕУ, 2008. - 136 с.
42. Петренко О. М. "Менеджмент в готельно-ресторанному бізнесі", Львів: Літопис, 2021.

43. Петрова К. В. "Організація банкетних заходів в готелях", Дніпро: Арт-Прес, 2020.
44. Подольська Т. В. "Інтегровані маркетингові комунікації в готельному бізнесі", Київ: Кондор, 2020.
45. Портер М. Конкурентна стратегія: методи аналізу галузей і конкурентів. - К.: Основи, 1997. - 352 с.
46. Радченко О. І. "Особливості проведення бізнес-івентів у готелях", Львів: Українські технології, 2021.
47. Рибчук Н. І. "Цифровий маркетинг у готельній індустрії", Вінниця: Континент, 2022.
48. Руденко М. О. "Концепції розробки та проведення заходів у готелях", Луцьк: Вежа, 2021.
49. Сардарова М.С. Організація та технологія обслуговування в готельних комплексах : навч. посіб. - Київ: Ліра-К, 2016. - 176 с.
50. Сірко А. П. "Готельний менеджмент: міжнародний досвід", Тернопіль: Економічна думка, 2022.
51. Терещук Р. Б. "Маркетинг у готельному господарстві", Київ: Наукова думка, 2022.
52. Ткаченко В. І. "Гостинність як складова успіху готельного бізнесу", Харків: Фактор, 2023.
53. Усенко Л. В. "Технології організації подій в готельному бізнесі", Кропивницький: Імекс-ЛТД, 2021.
54. Федорова С. О. "Бренд-менеджмент у готельній індустрії", Одеса: Фенікс, 2022.
55. Філіпенко А. С. "Інноваційні маркетингові стратегії в готельній індустрії", Київ: Київський університет, 2022.
56. Хіггінс Дж.М. Нова конкурентна перевага. - К.: Наука, 2002. - 192 с.
57. Хоменко В. П. "Системи управління готелями", Суми: Університетська книга, 2020.

58. Царенко М. Г. "Сучасний готель: від ідеї до впровадження", Чернівці: Букрек, 2021.
59. Черномазова М.Б. Event-заходи в діяльності підприємств індустрії гостинності: навч. посіб. - Львів: Львівська політехніка, 2017. - 192 с.
60. Черняк В. Ж. "Управління якістю обслуговування в готелях", Львів: Палітра, 2023.
61. Чудновський А.Д. Менеджмент готельного господарства: навч. посіб. - К.: Аграр Медіа Груп, 2010. - 560 с.
62. Шевченко І. К. "Організація виставкової діяльності в готельному комплексі", Житомир: Житомирська обласна друкарня, 2022.
63. Шевченко О. П. "Менеджмент готельних і ресторанних послуг", Херсон: Олді+, 2020.
64. Шкуратов О. М. "Концепція створення івентів у готельному бізнесі", Полтава: Дивосвіт, 2021.
65. Шматько В.Г. Менеджмент готельного і ресторанного бізнесу: навч. посіб. – Київ: КНЕУ, 2004. - 208 с.
66. Яковенко Л. В. "Організація та проведення заходів у готельному бізнесі", Київ: Ліра-К, 2020.
67. Ярмолюк В. П. "Стратегії розвитку готельного бізнесу в Україні", Івано-Франківськ: Сімік, 2020.

## ДОДАТКИ

## Додаток А



## Додаток Б





**Тези доповідей Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції «Стан та перспективи розвитку міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи» 22 травня 2024 року Харків Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна**

## **ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ**

**Шкода Ксенія Вадимівна,**  
студентка 4-го курсу групи УГР-41 факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу,  
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна  
[shkoda2020ugr11@student.karazin.ua](mailto:shkoda2020ugr11@student.karazin.ua)

В сучасному світі індустрія гостинності займає важливе місце в економіці та соціокультурному житті. Споживачі все більше цінують досвід та емоції, який вони отримують під час подорожей та відвідування ресторанів. Тому готелі та ресторани змушені постійно адаптуватися до нових вимог та очікувань гостей. Індустрія гостинності стикається зі зростаючою конкуренцією, і успішні заклади повинні постійно шукати нові способи виділення серед інших гравців на ринку.

Успішні готелі та ресторани активно використовують цифрові технології для поліпшення обслуговування, резервації та маркетингу, що забезпечує зручність для гостей та оптимізацію процесів для бізнесу. Готелі та ресторани надають можливість клієнтам робити резервації через веб-сайт, мобільний додаток або онлайн платформи бронювання. Це дозволяє клієнтам легко та зручно планувати свої подорожі а також зменшує ризик помилок при бронюванні. Деякі готелі та ресторани використовують інтерактивні технології, такі як електронні меню, тач-скрін для замовлення їжі, автоматизовані системи реєстрації та виписки, щоб забезпечити швидше та зручніше обслуговування гостей.

Більшість готелів та ресторанів впроваджують зелені практики у свою діяльність, спрямовані на зменшення негативного впливу на навколишнє середовище. Це може включати зменшення споживання енергії та води, утилізацію відходів, використання енергоефективних технологій та матеріалів. Ресторани все частіше звертають увагу на походження та якість продуктів, використовуючи місцеві та органічні інгредієнти. Це сприяє зменшенню вуглецевого викиду та підтримує місцевих виробників.

Ресторани все більше надають перевагу здоровому харчуванню, пропонуючи меню з більшою кількістю вегетаріанських, веганських та низькокалорійних страв. Це відповідає сучасним тенденціям споживання та сприяє здоровому способу життя. Кухарі активно досліджують та експериментують зі смаками, використовуючи нестандартні інгредієнти, техніки приготування та комбінації смаків. Це включає в себе використання ароматичних трав, екзотичних фруктів, спецій та інших незвичайних продуктів, щоб створити унікальні страви.

Розвиток індустрії гостинності відображається не лише у покращенні якості послуг, а й у сприянні культурному обміну, створенні нових кулінарних вражень та формуванні сприятливого середовища для розвитку туризму та гостинності.

### **Список використаних джерел:**

1. Сокол Т.Г. Організація обслуговування в готелях і туристичних комплексах : підруч. / Т.Г. Сокол. – К. : Альтерпрес, 2013.

*Науковий керівник: Терешкін Олег Георгійович, доктор технічних наук, професор, професор кафедри міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи, Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна.*