

**ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ**  
**«УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА»**  
Факультет суспільних і прикладних наук  
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**  
для здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти  
на тему: «Івент-менеджмент в готельно-ресторанній сфері, як фактор  
розвитку підприємства»

за освітньо-професійною програмою  
«Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу»  
спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа

Студентки 4 курсу, групи ГРСс-20

Ільків Надія Миколаївна

(прізвище, ім'я, по батькові)

Керівник Касіячук В.Д.

к.т.н. професор

(посада, вчене звання, науковий ступінь, прізвище та ініціали)

Національна шкала 5

Кількість балів: 65 оцінка ECTS E

Члени комісії

(підпис)

(прізвище та ініціали)

(підпис)

(прізвище та ініціали)

(підпис)

(прізвище та ініціали)

(підпис)

(прізвище та ініціали)

(підпис)

(прізвище та ініціали)

**ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ**  
**«УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА»**  
Факультет суспільних і прикладних наук  
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи  
Освітній ступінь: бакалавр  
Спеціальність: 241 Готельно-ресторанна справа

ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о. завідувача кафедри туризму  
та готельно-ресторанної справи

  
Христина ТЕРЛЕЦЬКА

« 06 » лютого 2024 року

**ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ СТУДЕНТУ**  
**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

Ільків Надії Миколаївни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: «Івент-менеджмент в готельно-ресторанній сфері, як фактор розвитку підприємства»»

Керівник роботи: Касіячук В.Д. к.т.н, професор кафедри архітектури та будівництва

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Затверджені наказом закладу вищої освіти від 12.03.2024 р. № 19/1

2. Строк подання студентом роботи 23.05.2024

3. Зміст кваліфікаційної роботи (перелік питань, які потрібно розробити)

- розкрити сутність поняття івент-менеджменту;

-проаналізувати іноземний та вітчизняний досвід застосування

івент-менеджменту у готельному бізнесі;

-визначити основні проблеми івент-менеджменту;

-встановити перспективи та шляхи удосконалення івент-менеджменту

у готельному бізнесі в Україні.

4. Дата видачі завдання 06.02.2024

### Календарний план виконання роботи

№ н/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строки виконання етапів роботи	Примітка
1	Вибір теми кваліфікаційної роботи	12.12.2023	виконано
2	Затвердження індивідуального завдання	06.02.2024	виконано
3	Підбір літературних джерел	09.02.2024	виконано
4	Складання плану кваліфікаційної роботи	12.02.2024	виконано
5	Написання 1 розділу кваліфікаційної роботи	28.02.2024	виконано
6	Написання 2 розділу кваліфікаційної роботи	15.03.2024	виконано
7	Написання 3 розділу кваліфікаційної роботи	28.03.2024	виконано
8	Підготовка текстового варіанту роботи для попереднього захисту на засіданні кафедри	23.05.2024	виконано
9	Представлення роботи для перевірки на академічну доброчесність	27.05.2024	виконано
10	Написання відгуку наукового керівника на кваліфікаційну роботу	03.06.2024	виконано
11	Рецензування кваліфікаційної роботи	04.06.2024	виконано
12	Захист кваліфікаційної роботи на засіданні ДЕК	12.06.2024	виконано

Студент

  
(підпис)

Ільків.Н.М

(прізвище та ініціали)

Науковий керівник

  
(підпис)

Касянчук В.Д

(прізвище та ініціали)

## **АНОТАЦІЯ**

Метою дослідження є вивчення основних теоретичних та практичних аспектів івент-менеджменту в готельному бізнесі та визначення перспективних напрямів його удосконалення.

В першому розділі розглянуто теоретико-методологічні основи івент-менеджменту в готельному бізнесі.

В другому розділі проведено дослідження організації івент-менеджменту в готельному бізнесі.

В третьому розділі представлено рекомендації щодо удосконалення івент-менеджменту в готельному бізнесі України.

**КЛЮЧОВІ СЛОВА: ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ, ГОТЕЛЬНИЙ БІЗНЕС.**

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	3
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ</b> .....	6
1.1 Генеза та історія розвитку івент- менеджменту .....	6
1.2 Сутність, поняття та класифікація івент- менеджменту .....	12
1.3 Світовий досвід використання та функціонування івент-менеджменту в готельному бізнесі.....	20
Висновок до розділу 1 .....	30
<b>РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ</b> .....	32
2.1 Характеристика методів та концепцій івент-менеджменту в готельному бізнесі.....	32
2.2 Особливості управління співробітниками при організації івенту в готельному бізнесі.....	34
2.3 Аналіз ефективності використання івент-менеджменту в готельному бізнесі.....	38
Висновки до розділу 2 .....	43
<b>РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ УКРАЇНИ</b> .....	45
3.1 Проблеми в українському івент-менеджменті.....	45
3.2 Пропозиції та шляхи удосконалення івент-менеджменту в готелях України.....	49
Висновок до розділу 3 .....	59
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	61
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	63
<b>ДОДАТКИ</b>	

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Тема "Івент-менеджмент в готельно-ресторанній сфері як фактор розвитку підприємства" є вкрай актуальною у сучасних умовах. Зростання конкуренції в готельній та ресторанній індустріях ставить перед підприємствами завдання залучення нових клієнтів та збереження вже існуючої клієнтської бази. Івент-менеджмент, як стратегічний інструмент, надає можливість підприємствам організовувати та проводити різноманітні заходи, які привертають увагу та створюють позитивне враження про бренд.

Івенти можуть бути використані для різноманітних цілей: від підвищення усвідомленості бренду та позиціонування на ринку до залучення цільової аудиторії та збільшення обігу підприємства. Здійснення івент-менеджменту дозволяє підприємствам не лише задовольняти потреби клієнтів, але й створювати унікальні та незабутні враження, що сприяє позитивній репутації та підвищує лояльність клієнтів.

Крім того, у сучасному світі, де споживачі все більше цінують персоналізований досвід, івент-менеджмент надає можливість готелям та ресторанам індивідуалізувати свої послуги та створювати унікальні заходи, які відповідають потребам конкретних клієнтів.

Отже, дослідження івент-менеджменту в готельно-ресторанній сфері не лише важливе для розвитку самого сектора гостинності, але й має значний потенціал для забезпечення конкурентних переваг та підвищення ефективності діяльності підприємств.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У роботі були використані праці вітчизняних та світових науковців, які досліджували деякі теоретичні аспекти процесу івент-менеджменту, зокрема, Дослідженням питань, що пов'язані з розвитком та здійсненням eventменеджменту, займалися вітчизняні та зарубіжні науковці, такі як: Н.М. Пономарьова, А.Н. Романцов, Г.Л.

Тульчинский, П.А. Шагайда, Т.Е. Лохина, А.В. Костін, Ю.А. Бичун, Е.В. Попов, В. Баранчєєв, Е. Патрушева, А. Шон, Б. Перрі, П. Нортон, Дж. Там, Дж. Нева тощо; а також статистичні дані, нормативно-правові акти, інтернет-ресурси з матеріалами щодо теоретичного вивчення та практичного впровадження івент-менеджменту у готельно-ресторанній сфері.

**Метою даної роботи є** вивчення основних теоретичних та практичних аспектів івент-менеджменту в готельному бізнесі та визначення перспективних напрямів його удосконалення. Для досягнення мети перед нами були поставлені наступні завдання:

- розкрити сутність поняття івент-менеджменту;
- проаналізувати іноземний та вітчизняний досвід застосування івент-менеджменту у готельному бізнесі;
- визначити основні проблеми івент-менеджменту;
- встановити перспективи та шляхи удосконалення івент-менеджменту у готельному бізнесі в Україні.

**Об'єкт дослідження** - готельний бізнес України.

**Предмет дослідження** є процес івент-менеджменту підприємств готельно-ресторанної сфери в Україні.

**Методи дослідження.** У процесі дослідження було використано такі загальнонаукові методи та прийоми, як: аналіз та синтез, дедукція та індукція, порівняння, спостереження, графічний метод, системний підхід, а також методи групування, узагальнення та абстрагування.

**Практичне значення одержаних результатів.** Результати кваліфікаційної роботи можуть бути застосовані під час розробки спецкурсів для студентів спеціальностей «Туризм», «Готельно-ресторанний оперейтинг» тощо. Використані в роботі графічні матеріали можуть використовуватися у

якості демонстраційного навчального матеріалу. Результати дослідження, зокрема, в аналітичній частині та прогнозування перспектив діджиталізації готельно-ресторанного бізнесу в Україні мають прикладний характер та можуть бути корисними для роботи підприємств даної сфери в Україні.

**Структура та обсяг роботи.** Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (30 найменувань). Загальний обсяг кваліфікаційної роботи становить 68 сторінок комп'ютерного тексту. Робота містить 1 таблицю та додатки.



# РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

## 1.1 Генеза та історія розвитку івент-менеджменту

Івент-менеджмент - це сучасна індустрія, яка займається плануванням, координацією та проведенням заходів різного масштабу та характеру, включаючи конференції, виставки, вечірки, свята, корпоративні заходи та спортивні події. Індустрія має довгу історію розвитку і еволюціонувала у багатьох напрямках.

Івент-менеджмент в готельній індустрії з'явилося на думці, тому що багато корпоративних фірм, родини та друзі звертаються до готелів з проханням організувати їхні зустрічі, включаючи велику кількість персоналу.

Івент-менеджмент, як професійна діяльність, сьогодні є важливою складовою багатьох індустрій, включаючи готельний бізнес, розваги, корпоративний сектор та багато інших. Ця сфера передбачає планування, організацію та проведення різноманітних заходів, від приватних вечірок до великих конференцій та фестивалів. Історія івент-менеджменту має давні корені, які можна простежити через розвиток людських суспільств і їхніх культурних традицій.

Перші форми івент-менеджменту можна виявити у діяльності древніх цивілізацій, таких як Єгипет, Месопотамія, Греція та Рим. Ці культури організували великі релігійні, культурні та спортивні події, які вимагали ретельної підготовки та координації. Наприклад, стародавні Олімпійські ігри у Греції були одним з перших відомих прикладів великомасштабних заходів, що залучали учасників та глядачів з різних регіонів [2].

У середньовічній Європі івент-менеджмент був тісно пов'язаний з церковними святами, ярмарками та королівськими церемоніями. Ці заходи

часто мали політичне та соціальне значення і вимагали високого рівня організації. У таблиці 1.1 подано історичний розвиток івент-менеджменту.

Таблиця 1.1.

### Історичний ракурс розвитку івент-менеджменту

№ з/п	Порівняльні характеристики	“Старий” івент-менеджмент	Сучасний івент-менеджмент
1	Реєстрація та документування івент-менеджменту	До 1990-2000-х років організаторам заходів доводилося застосовувати рукописні процеси реєстрації і всі документи надсилались “фізичною” поштою. Це могло зайняти кілька днів, щоб дістатися до потрібного місця, і документи легко можна було втратити	На сьогодні документи можна миттєво надіслати електронною поштою або завантажити у буфер обміну, а реєстраційні форми можна заповнити в режимі онлайн
2	Розташування заходу та розміщення учасників	Перед появою Інтернету організатори та учасники повинні були давати й використовувати значну кількість інструкцій та фізичну мапу, щоб знайти місце події; тим самим цей процес ставав важким та напруженим	Завдяки появі таких геопошукових систем, як Google Maps, варто лише ввести назву місця призначення, щоб отримувати покрокові вказівки, як туди дістатися
3	Запрошення учасників та облік присутніх	До появи соціальних мереж івент-організаторам необхідно було розіслати окремі “фізичні” запрошення всім потенційним учасникам, зателефонувати кожному окремо, щоб перепитати, хто планує відвідати захід, а також під час самого заходу проводити процедуру реєстрації та обліку присутніх	За допомогою веб-сайтів, соціальних мереж та інших мобільних аплікацій організатори можуть з легкістю контактувати із аудиторією, надавати необхідну інформацію, а також побажити, хто саме зацікавлений у заході чи відвідає його. Завдяки мобільним пристроям облік присутніх відбувається легко та без особливих затрат часу
4	Реклама та пошук подій	До появи Інтернету рекламні листівки, плакати та повідомлення з уст в уста були популярними способами реклами подій	Сьогодні люди можуть шукати цікаві для них події, використовуючи веб-сайти та онлайн пошукові ресурси, такі як Instagram, Facebook та інші. Користувачі можуть вводити своє місцезнаходження та знаходити сотні подій, про які вони, можливо, навіть не підозрювали

*Сформовано на основі джерел[1,2]*

Початок промислової революції та розквіт Інтернету в 1990-х роках започаткували нову еру організації подій, демократизацію сфери та зміну того, як ми плануємо та переживаємо події.

Наприкінці 1990-х років світ став свідком зміни парадигми з початком ери дот-комів, яка стала важливою віхою в історії Інтернету. Ця трансформаційна технологія зробила революцію в плануванні заходів, надаючи нові інструменти та можливості для організаторів. На початку так званої ери

дот-комів з'явилися системи онлайн-реєстрації подій, веб-сайти подій і запрошення електронною поштою, що дозволило організаторам подій охопити ширшу аудиторію та спростити процес реєстрації.

До 90-х років планування подій значною мірою покладалося на традиційні методи, такі як телефонні дзвінки, друковані матеріали та особисте спілкування. Процес організації заходів передбачав ручну обробку паперових процесів і завдань, таких як надсилання запрошень поштою, керування відповідями за допомогою телефонних дзвінків або факсом і заповнення реєстраційних форм вручну. Комунікація часто була повільною та трудомісткою, організатори поклалися на поштові служби та особисті зустрічі для координації логістики.

Однак розвиток Інтернету відкрив нові можливості для планування заходів. З появою онлайн-систем реєстрації подій учасники могли легко зареєструватися з будь-якого місця, де є підключення до Інтернету. Веб-сайти подій стали центральним центром інформації, дозволяючи організаторам демонструвати деталі подій, порядок денний і профілі спікерів. Запрошення електронною поштою стали популярним методом доступу до ширшої аудиторії та ефективного відстеження відповідей [8].

Цифрова революція демократизувала управління подіями, подолавши перешкоди для участі та надавши людям будь-якого походження можливість організувати власні заходи. Програмне забезпечення для керування подіями зіграло ключову роль, надаючи доступні інструменти, які оптимізували процеси та спростили завдання. Завдяки зручному інтерфейсу та інтуїтивно зрозумілим функціям ці програмні рішення дозволили навіть початківцям організаторам заходів орієнтуватися в складнощях організації успішних заходів. Демократизація планування заходів не тільки розширила поле, але й сприяла розвитку культури творчості та інновацій. Це відкрило двері для різноманітних перспектив і свіжих ідей, оскільки організації будь-якого розміру та особи могли втілити в життя свої унікальні бачення. Від інтимних місцевих зустрічей

до масштабних конференцій, організація заходів стала сферою, де процвітали пристрась і уява.

Сучасні підходи до організації заходів були запроваджені після появи мобільних телефонів та Інтернету, що мало значний вплив на перебіг процесів організації та планування заходів. Використовуючи новітні технології та електроніку, організація заходів та спілкування між учасниками можуть відбуватися в будь-який час доби та з будь-якої точки світу.

Event Manager дозволяє створювати, планувати, документувати та координувати події за допомогою одного невеликого портативного пристрою. Управління подіями розроблено для досягнення конкретних результатів, включаючи результати, пов'язані з економікою, культурою, суспільством і навколишнім середовищем. Планування подій передбачає розробку та впровадження тем, налаштувань, обладнання, послуг і програм, які надають конкретні знання та досвід для учасників, гостей, глядачів та інших зацікавлених сторін. Кожна подія є індивідуальною та унікальною, що є результатом взаємодії теми, обстановки події, програми та виконавців.

Івент-менеджмент тільки почав розглядатися як самостійний вид управлінської діяльності, що раніше являв собою лише окремі форми івент-менеджменту як елементи маркетингу, соціально-культурного розвитку, політичної діяльності чи розваг.

В даний час управління подіями здійснюється не тільки представниками івент-індустрії, основним продуктом яких є події, а й безпосередньо компаніями, які займаються різною діяльністю в різних сферах. Компанії часто мають менеджера з заходів або окремих відділ, який працює паралельно з іншими підрозділами організації. Розвиваючись, управління подіями зазнало інших важливих змін, які допомогли сформувати його та розвинути до поточного стану. Міжнародний ринок івент-індустрії розвивається швидше, ніж український. Багато великих компаній зосереджуються на більшій глобальній

діяльності, щоб забезпечити досягнення різноманітних бізнес-цілей. Наприклад, фестивалі можуть допомогти компаніям розвинути свої бренди, розширити вплив на ринок і знайти нових споживачів і партнерів. На державному рівні це політичні цілі, соціокультурний розвиток, бренд держави чи міста.

Звичайними подіями в сучасному діловому середовищі є ділові та торгові події. Їх головна мета полягає в сприянні впливу, виходу на ринок або безпосередньому залученні різних організацій і людей до транзакцій для забезпечення досягнення корпоративних цілей. Форуми, ярмарки, торгові та споживчі виставки чітко базуються на продажу продуктів, технології, контактах і знаннях. Всесвітня виставка представляє національні ринки та сприяє розвитку міжнародної торгівлі та туризму. Конференції, як правило, пов'язані з діяльністю асоціацій або компаній, а також можуть включати навчання, формування моральних цінностей і настанов [10].

Термін «фестиваль» використовується протягом сотень років і може бути застосований до багатьох подій. В Інституті перспективних досліджень зазначають, що фестиваль традиційно є часом святкування, відпочинку та відпочинку, часто після важкої фізичної праці, наприклад посіву та збору врожаю. Головною особливістю цих свят було святкування важливих днів або утвердження єдності населення та культури. Художній зміст таких подій різний, багато з них мають релігійний чи церемоніальний аспект. Але елементи святкування, такі як музика, танець і театр, завжди важливі.

90-ті заклали основу для технологічного прогресу, який продовжує формувати індустрію подій сьогодні. Вони закладають основу для майбутніх розробок, таких як мобільні додатки, доповнена реальність і 3D-майданчики. Хоча технології тієї епохи можуть здатися застарілими порівняно з тим, що ми маємо сьогодні, це був перший значний крок до більш взаємопов'язаного та доступного ландшафту управління подіями.

З початком ХХІ століття матеріалізувався новий підхід до планування подій, досвід маркетингу. Організатори заходу визнали важливість створення захоплюючих і незабутніх вражень, які виходили за рамки простого збору людей разом. Інтеграція технологій, таких як доповнена реальність і віртуальна реальність, перетворила події на захоплюючі оповіді, перемістивши відвідувачів в інтерактивне та захоплююче середовище. Від інтерактивних виставок до гейміфікованого досвіду, події стали потужною платформою для брендів, щоб спілкуватися зі своєю аудиторією на більш глибокому рівні, налагодження емоційних зв'язків і створення незабутніх вражень.

Стародавні часи: у стародавніх цивілізаціях події та святкування були важливою частиною життя. Багато культур мали власні свята, ритуали та релігійні церемонії, які об'єднували громади. У Середньовіччі королі та вельможі іноді організовували великі бенкети та турніри. Ці події вимагали певної організації та координації, але поняття івент-менеджменту в сучасному розумінні ще не існувало.

Середньовіччя та Ренесанс: В епоху Середньовіччя та Ренесансу в Європі розширилися масштаби та вплив подій, з'явилися перші публічні виставки, ярмарки та фестивалі. Організація цих заходів вимагала спеціальних навичок і знань.

Промислова революція: З початком промислової революції в ХІХ столітті розвиток міст і промисловості збільшив масштаб і складність заходів. З'явилися перші великі виставкові центри та конференц-зали, а публічні виставки стали важливими подіями для презентації нових винаходів і технологій [14].

Початок ХХ століття: На початку ХХ століття івент-менеджмент став більш систематизованим і спеціалізованим. З'явилися перші агентства та компанії, що спеціалізуються на плануванні та проведенні заходів. Це був час,

коли конференції, виставки та корпоративні заходи перестали бути просто розвагою, а стали важливими інструментами бізнесу та маркетингу.

Епоха Інтернету та глобалізації: З появою інтернету та зростаючою глобалізацією івент-менеджмент вийшов на новий етап. Тепер події організовуються і просуваються через онлайн-платформи, соціальні мережі та інші цифрові канали, а також віртуальні та гібридні заходи.

Сьогодення та майбутнє: Сучасний івент-менеджмент передбачає використання передових технологій, аналітики даних, персоналізацію заходів та зростаючу увагу до сталого розвитку та екологічної відповідальності.

Загалом, історія івент-менеджменту демонструє постійний розвиток галузі та зростаюче значення в сучасному світі, де події відіграють важливу роль у суспільстві, бізнесі та культурі. Івент-менеджмент пройшов довгий шлях від простих свят і традицій до складних та інноваційних заходів, які стали невід'ємною частиною сучасного суспільства.

Тож задовольнити потреби людей нелегко одній людині. Для цього вам потрібні навички гостинності та належний менеджмент. Звідси й з'явився івент-менеджмент. Тому відділи організації заходів готельного господарства планують організувати ділові зустрічі та світські заходи в готелях. Для корпоративних фірм захід розглядається як навчальна програма, зустріч, конференція тощо. Для сімей подіями можна розуміти весілля, дні народження, вечірки в саду тощо.

## **1.2 Сутність, поняття та класифікація івент- менеджменту**

Що ж таке захід? Існує два визначення цього терміну. Одне з них належить Роберту Джану, одному з менеджерів тематичних парків Уолта Діснея: "Захід - це щось, що відрізняється від вашого повсякденного життя".

Джо Голдблатт, один із гуру івент-технологій, визначає заходи (special events) так: "Захід - це унікальний період часу, проведений з використанням ритуалу або церемонії для задоволення особливих потреб".

Захід - це обмежена в часі спільна діяльність різних людей, пов'язана з реалізацією спільної мети.

Event - це те, що заплановано на певний час, у певному місці, з певною цільовою аудиторією та метою та планується в певному місці, з певною цільовою аудиторією та метою. Таким чином елементами заходу є час, місце, цільова аудиторія та мета.

Івент-менеджмент - це галузь управління, яка займається плануванням, організацією та проведенням різноманітних заходів для досягнення конкретних цілей. Цілі заходів можуть змінюватись від комерційних до соціальних і культурних. Оскільки події стають важливим інструментом комунікації, реклами, розваг та впливу, івент-менеджмент стає все більш популярною галуззю [13].

Коли з будь-якою метою збирається велика кількість людей, це вимагає належного управління. Це управління організаціями, наданими людям, здійснюється командою організації заходів.

У секторі гостинності є розділ, який називається управління подіями. Крім того, найпопулярнішим розділом готелю є цей, оскільки він приносить хороший дохід для готелю.

Управління подіями готелю гарантує, що будь-який захід у готелі проходить гладко. Залежно від різних умов ці ролі можуть відрізнятися від однієї до іншої. Тепер давайте дізнаємося, які важливі моменти в цьому.

Основна мета цього відділу – планувати заходи, включаючи вечірки, конференції, ділові зустрічі та пишні збори. Крім того, відділ організації



заходів у готелі є великою сферою, яка приносить дохід для сектору гостинності.

Надаючи їм необхідні ресурси, інструменти, навички, досвід і сприятливе середовище, менеджери заходів допомагають своїм співробітникам у досягненні поставлених цілей.

Роботи з планування заходів тривають. Персонал перебуває під великим тиском, особливо в години пік, і працює з гостями з різними темпераментами та потребами.

Менеджер подій відповідає за те, щоб все було в належному місці та вчасно. Крім того, відповідні люди виконують правильну роботу та пройшли необхідну підготовку.

Event management – окрема команда в індустрії гостинності. Ця команда призначена для управління подіями. Оскільки вони вміють планувати та організовувати речі, тож економлять час і гроші. Оскільки команда організації заходів знає, як впоратися з клієнтами у важкий час. Це підвищить задоволеність клієнтів. Таким чином, це буде експоненціально збільшувати прибуток. У будь-якому випадку на заходи приходять багато людей. Якщо це добре організовано, вони запропонують іншим людям або компаніям організувати захід у вашому готелі. Крім того, це може збільшити утримання клієнтів, якщо комусь із учасників сподобається подія [22].

У сучасному житті існують різні підходи до категоризації івентів. Зокрема, івенти класифікують за такими критеріями:

- характер самого заходу (діловий, розважальний, team - building);
- в залежності від клієнта (державні, корпоративні, приватні урочистості);
- За місцем проведення (приміський відпочинок, свято на відкритому повітрі або у приміщенні) та інші.

Заходи можна класифікувати за різними критеріями, такими як

(характер, спосіб проведення), масштаб і мета:

- приватні заходи (наприклад, дні народження, дитячі свята, весілля);
- івент-менеджмент (планування, організація, управління та проведення проектів та заходів);
- івент-маркетинг (подієвий-маркетинг - подія як платформа для представлення продукту);
- ділові заходи (бізнес-івенти, конференції, семінари, спеціальні зустрічі тощо). Ділові заходи організуються підприємствами для того щоб вирішити внутрішні проблеми компанії та зовнішні комунікації з дистриб'юторами, клієнтами та партнерами.

Група дослідників на чолі з Г. Боудіном розрізняє такі типи заходів (Г. Боудіна, Дж. Аллена та ін. «Events Management»):

1. За розміром та масштабом проведення:

- локальні заходи - спрямовані на місцеву громадську аудиторію;
- заходи національного значення - це заходи, які можуть залучити значну кількість відвідувачів, у тому числі за рахунок висвітлення у засобах масової інформації та передбачають значний економічний вплив;
- визначні заходи - це ті, що пов'язані з духом міста, регіону чи країни, тому що вони стають синонімами назви місця і тому що вони широко впізнавані та визнані. Організація таких заходів стає традицією;
- мега івенти - це глобальні події, які впливають на світову економіку. Вони висвітлюються світовими ЗМІ. Країни змагаються за право проведення таких заходів. Наприклад, Олімпійські ігри, Параолімпійські ігри, Чемпіонат світу з футболу.

## 2. За змістом:

- культурні заходи - це різноманітні фестивалі, такі як музичні та мистецькі, які різняться за розміром і ступенем професійної складності організації. Фестивалі з високим ступенем професійної організації відповідають амбіційній програмі і мають багато цілей: досягти найвищих стандартів організації, широкого висвітлення в медіа просторі, великої кількості відвідувачів;

- інклюзивні заходи - передбачають безпосередню участь особливих груп населення наприклад, календарні свята, аматорські арт-фестивалі, комерційні музичні фестивалі на відкритому просторі;

- спортивні заходи: мега спортивні івенти, календарні події міжнародного та національного значення, одноразові події – «події після подій», наприклад, організовані для преси, шоуподії – наприклад, перед змаганням із боксу;

- бізнес-заходи (конференції, виставки, рекламні тури і зустрічі). Виставки можуть бути визначені як локації проведення презентації товарів або послуг перед запрошеними гостями з метою стимулювання продажу або інформування гостя про товар.

Івент-менеджмент можна класифікувати за різними критеріями, такими як тип заходу, цільова аудиторія, розмір, тривалість та галузева приналежність [28].

### 1. За типом бувають такі заходи

Корпоративні заходи:

- конференції: формат події, спрямований на обговорення питань що стосуються бізнесу, науки або іншої теми, частіше проводиться на основі доповідей, панельних дискусій, семінарів тощо;

- семінари: зустрічі, спрямовані на навчання та набуття знань, частіше включають практичні тренінги, майстер-класи та інтерактивні сесії;

- корпоративи: заходи для співробітників або клієнтів компанії. Часто метою є розвага або налагодження стосунків;

- презентація продукту: події, які представляють нові продукти або послуги компанії, включають демонстрації, презентації та випробування.

Соціальні та культурні події:

- фестивалі: основні події, які поєднують культурні аспекти, мистецтво, музику, кухню та інші культурні аспекти;

- виставки: фотографії, наукові виставки, виставки мистецтва, ярмарки для показу або продажу різноманітних товарів і послуг;

- концерти: музичні виступи артистів, групи чи оркестру, призначений для розваги публіки;

Театральні вистави: представлення театральних постановок, драматичних вистав, комедій тощо.

Спортивні заходи:

- матчі: спортивні змагання з різних видів спорту, наприклад, футбол, баскетбол, хокей тощо;

- турніри: спортивні події, які відбуваються у вигляді серії матчів або змагань за участю різних команд або гравців;

- змагання: спортивні заходи змагального характеру, наприклад, марафони, триатлони, біг тощо.

Приватні заходи:

- весілля: церемонія або захід на честь одруження двох людей, що включає різні церемонії, прийоми та бенкети;

- день народження: святкування дня народження людини, часто супроводжується вечіркою, подарунками, святковим обідом або вечерею тощо;

- ювілей: святкування річниці певної події або досягнення, яке може бути особистим або корпоративним, залежно від контексту;

- вечірки: непрофесійні заходи для розваг або відпочинку, часто проводяться для розслаблення та задоволення.

Корпоративні клієнти:

- компанії та бізнеси, що організують заходи для співробітників, клієнтів та партнерів;

Загальна аудиторія:

- широка аудиторія, включаючи індивідуальних учасників, групи споживачів та зацікавлену громадськість;

Професійна аудиторія:

- експерти в певній галузі чи індустрії або учасники в певній галузі, які мають специфічні потреби та інтереси.

Масштабні івенти:

- масштабні події: події, які залучають велику кількість учасників, такі як фестивалі, міжнародні конференції та великі концерти;

Малі та середні івенти:

- маломасштабні заходи: заходи, де цільова аудиторія може бути обмеженою, наприклад, невеликі семінари, місцеві виставки, корпоративні вечірки.

## 2. Тривалість заходу

Одноразова подія:

- подія, яка зазвичай відбувається лише один раз, у певну дату та час, наприклад, конференція, виставка, концерт тощо;

Регулярні події:

- регулярні або постійні події, наприклад, щотижневі фермерські ринки, щорічні міжнародні фестивалі, щотижневі спортивні тренування.

Це лише загальна класифікація, існує велика кількість варіантів і комбінацій організації заходів, залежно від конкретних потреб і вимог замовника та організатора заходу. Кожна подія може мати унікальні особливості та характеристики, які вимагають індивідуального підходу та уваги до деталей при її плануванні та реалізації.

Івент-менеджмент - це комплексна діяльність з планування, координації та проведення різноманітних заходів, включаючи конференції, виставки, корпоративні заходи, концерти, весілля та спортивні змагання. Суть івент-менеджменту полягає в організації заходів таким чином, щоб вони відповідали потребам та очікуванням учасників і досягали цілей замовника.

Основні аспекти сутності івент-менеджменту включають:

Планування: це перший і один з найважливіших етапів івент-менеджменту. Під час планування визначаються цілі та завдання заходу, встановлюється бюджет, обирається локація, учасники та постачальники послуг.

Комунікація: Ефективна комунікація з усіма зацікавленими сторонами є ключовим елементом успішного заходу. Це включає як внутрішню комунікацію всередині організаційного комітету, так і зовнішню комунікацію з учасниками, спонсорами, постачальниками та засобами масової інформації [19].

Координація: цей етап передбачає управління всіма аспектами заходу в режимі реального часу. Координатор заходу відповідає за те, щоб захід пройшов безперебійно, вирішуючи будь-які поточні питання та координуючи поведінку всіх учасників.

Реалізація: цей етап передбачає втілення в життя планів та ініціатив з попереднього етапу. Сюди входить встановлення декорацій, підготовка простору, реєстрація учасників та проведення заходу.

Оцінювання та звітування: після заходу проводиться оцінювання для визначення успішності заходу, включаючи виконання бюджету, задоволеність учасників, визначення сильних і слабких сторін організації та пропозиції щодо майбутніх удосконалень. Звіт може бути використаний для покращення майбутніх процесів управління заходами.

### **1.3 Світовий досвід використання та функціонування івент-менеджменту в готельному бізнесі**

Деяких людей може збентежити слово «івент-менеджмент», оскільки вони ніколи не приділяли цьому серйозної уваги. Насправді, івент-менеджмент – це популярна діяльність з цілями поширення інформації та побудови стосунків між людьми.

Управління подіями – це те, що можна почати як на локальному, так і на глобальному рівні. Відповідно до Вікіпедії, «управління подіями» стосується дій керівництва, які здійснюються з метою створення та проведення великомасштабних подій, таких як з'їзди, семінари та фестивалі. Однак сфера подій містить набагато ширший спектр заходів, таких як побачення, вечірки, спортивні заходи, семінари, концерти, благодійні заходи та конференції, на додаток до багатьох інших форм спілкування між окремими людьми.

Щоб будь-який захід пройшов успішно, необхідно заздалегідь до нього правильно підготуватися. Погано організований захід може завдати шкоди

репутації організації чи бізнесу більше, ніж його відсутність взагалі. У процесі планування враховується кожен аспект події, починаючи з її концепції та формування ідей. Це триває протягом усього шляху розробки плану фактичної ночі події. Придбання послуг фірми, яка спеціалізується на організації подій, може допомогти мінімізувати рівень стресу та гарантувати, що організатори подій зможуть насолоджуватися, поки їхні заходи проходять успішно.

Багато подій, які ми сприймаємо сьогодні як належне, відбувалися в тій чи іншій формі протягом сотень років. Найпершою формою івент-менеджменту була організація різноманітних заходів та зборів людей. Саме організація різноманітних заходів і зборів людей, головним чином, сприяла зміцненню миру і дружби між племенами і родами. Сюди входили різноманітні ярмарки, фестивалі, спортивні змагання, виставки та інші громадські святкування.

Івент-менеджмент став ключовим елементом готельної індустрії, змінивши те, як готелі працюють і взаємодіють зі своєю клієнтурою. Від корпоративних конференцій до грандіозних весіль, готелі все більше позиціонують себе як найкращі місця для різноманітних заходів. У цьому есе досліджується світовий досвід використання та впровадження управління подіями в готельному секторі, досліджуються успішні практики, виклики та майбутні тенденції [30].

Управління подіями значно збільшує дохід готелю. Проводячи такі заходи, як конференції, весілля та виставки, готелі можуть урізноманітнити джерела своїх доходів, окрім бронювання номерів і послуг харчування. Наприклад, розкішні готелі в таких містах, як Нью-Йорк, Париж і Дубай, отримали значне збільшення доходу завдяки проведенню гучних заходів із додатковими перевагами, включаючи бронювання номерів, харчування та інші послуги.

Управління подіями також служить інструментом стратегічного маркетингу. Готелі, які успішно проводять престижні заходи, часто здобувають



кращу популярність і репутацію. Це особливо очевидно у випадку знакових закладів, таких як The Ritz-Carlton у різних місцях і The Peninsula Hong Kong, які відомі своїми зразковими можливостями для проведення заходів. Ці готелі використовують свій успіх у організації подій, щоб позиціонувати себе як лідерів гостинності та високого рівня обслуговування.

У Північній Америці, особливо в Сполучених Штатах, готелі вже давно інтегровані з управлінням подіями як основною послугою. У таких готелях, як The Marriott і Hilton, є спеціалізовані команди з організації подій, які займаються всім, від невеликих зустрічей до великих конференцій. Ці команди використовують передові технології, такі як програмне забезпечення для керування подіями та мобільні додатки, щоб оптимізувати роботу та покращити враження від гостей. Крім того, практика сталого розвитку стає невід'ємною частиною, оскільки багато готелів впроваджують екологічну політику для заходів, щоб обслуговувати екологічно свідомих клієнтів.

В Азії швидке економічне зростання сприяло розширенню готельної індустрії, де організація подій відіграє вирішальну роль. Готелі в таких містах, як Бангкок, Сінгапур і Токіо, оснащені найсучаснішим обладнанням для проведення міжнародних конференцій і масштабних заходів. Азійські готелі часто наголошують на технологічній інтеграції, пропонуючи сучасне аудіовізуальне обладнання, високошвидкісний Інтернет і можливості віртуальних заходів. Культурний аспект також важливий, оскільки готелі пропонують традиційний декор і послуги, щоб покращити враження від події.

Незважаючи на переваги, організація заходів у готелях пов'язана з труднощами. Координація великих заходів вимагає ретельного планування та координації між різними відділами, такими як кейтеринг, прибирання та стійка реєстрації. Ця складність може призвести до операційних вузьких місць, якщо не керувати ними ефективно.

Швидкі темпи технологічного прогресу створюють як можливості, так і проблеми. Готелі повинні постійно інвестувати в новітнє програмне забезпечення та технології для організації подій, щоб залишатися конкурентоспроможними. Крім того, необхідним є навчання персоналу ефективному використанню цих інструментів, що потребує постійних інвестицій у професійний розвиток.

Конкуренція в готельній індустрії означає, що готелі повинні постійно впроваджувати інновації, щоб залучити клієнтів, які відвідують заходи. Це часто передбачає значні інвестиції в інфраструктуру та маркетинг. Меншим готелям може бути важко конкурувати з великими мережами, які мають у своєму розпорядженні більше ресурсів.

Стійкість стає центральною увагою в організації заходів. Готелі все більше впроваджують екологічні методи, такі як безвідходні заходи, енергоефективне освітлення та екологічні варіанти харчування. Ця тенденція зумовлена зростаючою обізнаністю споживачів і попитом на екологічно відповідальні варіанти.

Європейські готелі також відрізняються унікальним підходом до організації подій, часто поєднуючи історичний шарм із сучасними зручностями. Такі готелі, як The Savoy у Лондоні та Hôtel de Crillon у Парижі, пропонують індивідуальні послуги з планування заходів, які обслуговують ринки розкоші. Ці готелі наголошують на індивідуальному обслуговуванні та культурній автентичності, часто включаючи місцеві традиції та кухню у свої пропозиції заходів. Крім того, в Європі спостерігається зростання бутик-готелів, які спеціалізуються на ринкових нішах, таких як художні виставки та літературні фестивалі [25].

Багата історія Європи, культурне розмаїття та репутація гостинності роблять її основним місцем для організації заходів у готельній індустрії. Європейські готелі відомі своїм унікальним поєднанням традицій і сучасності,

що відображається в їхньому підході до проведення заходів. У цьому розділі глибше розглядаються практики, інновації та виклики організації заходів у європейських готелях.

Європа може похвалитися великою кількістю історичних готелів, які пропонують унікальні умови для проведення заходів. Такі заклади, як The Savoy у Лондоні, Hôtel de Crillon у Парижі та Hotel Sacher у Відні, поєднують свою історичну велич із найсучаснішим обладнанням. Ці готелі використовують свій історичний шарм, щоб залучити клієнтів, які шукають унікальних і незабутніх подій. Поєднання класичної архітектури та сучасних технологій створює особливу атмосферу, яка одночасно є елегантною та функціональною.

Європейські готелі часто підкреслюють культурну автентичність у своїх пропозиціях заходів. Це включає в себе включення місцевих традицій, кухні та декору в події. Наприклад, італійські готелі можуть пропонувати регіональні вина та страви, тоді як іспанські готелі можуть включати вистави фламенко або тапас-бари. Це культурне вливання не тільки покращує враження від гостей, але й створює автентичний колорит, який відрізняє європейські події від подій в інших частинах світу [11].

Однією з характерних рис європейської організації заходів є наголос на індивідуальному обслуговуванні. У європейських готелях часто працюють спеціалісти з планування заходів, які тісно співпрацюють з клієнтами, щоб адаптувати кожен аспект події до їхніх уподобань. Цей високий рівень налаштувань включає в себе все: від індивідуальних меню до персоналізованих налаштувань кімнат і варіантів розваг. Такі готелі, як The Ritz у Лондоні та Grand Hotel Stockholm, відомі своєю прискіпливою увагою до деталей та персоналізованим досвідом для гостей.

У Європі спостерігається зростання бутик-готелів, які обслуговують ринкові ніші. Ці менші, часто незалежні готелі надають вузькоспеціалізовані

послуги для конкретних типів заходів. Наприклад, деякі бутик-готелі зосереджуються на проведенні художніх виставок, літературних фестивалів або кулінарних заходів. Ця спеціалізація дозволяє їм пропонувати унікальні, підібрані враження, які великі готелі можуть бути не в змозі надати.

Європейські готелі все частіше використовують передове програмне забезпечення для організації подій, щоб оптимізувати роботу та покращити враження від гостей. Ці програмні рішення полегшують різні аспекти планування подій, включаючи планування, керування гостями та логістику. Наприклад, готелі можуть використовувати ці інструменти для координації оновлень у реальному часі з клієнтами, керування реєстрацією відвідувачів і надання віртуальних турів місцями для проведення заходів.

Пандемія COVID-19 прискорила впровадження віртуальних і гібридних подій у всій Європі. Готелі інвестували у високоякісне аудіовізуальне обладнання та надійну інтернет-інфраструктуру для підтримки цих форматів. Віртуальні заходи дозволяють готелям охопити глобальну аудиторію, тоді як гібридні заходи поєднують особисті та онлайн-досвіди, пропонуючи більшу гнучкість. Ймовірно, ця тенденція збережеться, надаючи готелям нові можливості для проведення різноманітних заходів.

Багато європейських готелів є лідерами в організації екологічних подій. Такі готелі, як Scandic Hotels у Скандинавії та Radisson Blu по всій Європі, отримали екологічні сертифікати за свою екологічно чисту практику. Ці сертифікати часто охоплюють енергоефективність, зменшення відходів і екологічне джерело, гарантуючи, що заходи проводяться з мінімальним впливом на навколишнє середовище [17].

Європейські готелі впроваджують різноманітні екологічні методи проведення заходів. Це включає в себе використання біорозкладаних матеріалів для декору подій, пропонування місцевих і органічних варіантів харчування, а також впровадження заходів щодо зменшення відходів, таких як переробка та

компостування. Ці ініціативи не тільки звертаються до екологічно свідомих клієнтів, але й відображають ширшу прихильність до сталого розвитку в індустрії гостинності.

Європейська готельна індустрія є висококонку rentною, з численними високоякісними закладами, які змагаються за проведення заходів. Ця конкуренція стимулює інновації та якість, але також створює проблеми для невеликих готелів, які намагаються виділитися. Щоб залишатися конкурентоспроможними, готелі повинні постійно інвестувати у свої засоби, послуги та маркетингові зусилля.

У різних країнах існують різні правила щодо здоров'я та безпеки, ліцензування та екологічних стандартів. Готелі повинні керуватися цими правилами, щоб забезпечити відповідність, що може бути особливо складним для міжнародних мереж, які працюють у кількох країнах.

Для європейських готелів важливо стежити за тенденціями ринку. Такі тенденції, як зростаючий попит на гібридні заходи, зростаюча увага до оздоровлення та благополуччя, а також зростаюча важливість емпіричних подій вимагають від готелів адаптації та перспективного мислення. Випереджаючи ці тенденції, готелі можуть продовжувати залучати та задовольняти різноманітну клієнтуру.

Європейський досвід організації заходів у готельній індустрії характеризується унікальним поєднанням традицій та інновацій. Готелі по всій Європі використовують свій історичний шарм, культурну автентичність і прихильність персоналізованому обслуговуванню для створення виняткових подій. Оскільки європейські готелі продовжують використовувати технологічні досягнення та екологічні практики, вони мають хороші можливості для задоволення мінливих вимог ландшафту організації подій. Незважаючи на такі виклики, як висока конкуренція та регуляторні складності, майбутнє

управління подіями в європейських готелях виглядає багатообіцяючим, що обумовлюється прагненням до досконалості та інновацій.

Пандемія COVID-19 прискорила впровадження гібридних і віртуальних заходів, і ця тенденція, ймовірно, збережеться. Готелі інвестують у технології

2020 рік приніс безпрецедентні виклики через глобальний спалах пандемії COVID-19. Незважаючи на те, що технічні платформи для проведення подій були створені в 90-х і на початку 2000-х років, трансформаційний вплив пандемії підштовхнув їх до нових висот [5].

Оскільки пандемія змусила скасувати та обмежити особисті зустрічі, організатори заходів звернулися до віртуальних і гібридних заходів, щоб швидко адаптуватися та підтримувати зв'язок зі своєю аудиторією. Існуючі технічні платформи для проведення заходів, створені за попередні роки, стали ключовими інструментами в цьому. Технологічні платформи для проведення подій задовольняли потреби віртуальних і гібридних подій, надаючи такі функції, як інтеграція прямих трансляцій, віртуальні стенди експонентів, мережеві лаунжі та функції інтерактивного чату.

Веб-сайти подій стали центральним центром для надання інформації та оновлень про віртуальні та гібридні івенти. Платформи продажу квитків дозволили організаторам продавати віртуальні квитки на події та легко керувати реєстрацією. Програми для мобільних подій розвинулися, щоб полегшити роботу у віртуальних мережах, пряму трансляцію та інтерактивні функції для покращення досвіду віддалених відвідувачів. Тривимірні платформи для проведення заходів знайшли нову актуальність у створенні віртуальних середовищ подій, які повторюють атмосферу фізичних місць.

Вплив пандемії прискорив впровадження та розвиток цих технологій, висунувши їх на нові межі. Попит на безперервні віртуальні івенти спонукав до подальших інновацій із інтеграцією штучного інтелекту, віртуальної реальності

та доповненої реальності для створення захоплюючих віртуальних середовищ подій.

Крім того, пандемія підкреслила важливість аналізу даних і безконтактних рішень для управління різними івентами. Організатори прагнули зрозуміти поведінку відвідувачів і моделі залучення у віртуальному просторі, використовуючи аналітику даних з технічних платформ заходів для інформування про майбутні стратегії та контент. Безконтактні рішення, включаючи безконтактну реєстрацію, цифрові значки та системи безготівкової оплати, набули популярності, оскільки заходи безпеки та гігієни стали першорядними.

Дивлячись у майбутнє, технічні платформи для проведення подій продовжуватимуть розвиватися та сприймати нові тенденції. Змішані заходи стануть нормою, скорочуючи розрив між фізичними та віртуальними учасниками та забезпечуючи гнучкі варіанти участі. Стійкість і аналіз даних будуть керувати прийняттям рішень, а безконтактні рішення залишаться пріоритетом для безпеки відвідувачів.

Івент-менеджмент в індустрії гостинності став не тільки стратегічним інструментом для залучення гостей і отримання додаткового прибутку, а й ключовим конкурентним фактором на ринку гостинності. Світовий досвід показує, що завдяки ефективному використанню івент-менеджменту готелі можуть забезпечити незабутні враження для своїх клієнтів і підвищити їх задоволеність. У цьому тексті розглядаються ключові аспекти та приклади зі світового досвіду використання івент-менеджменту в готельному бізнесі.

## 1. Професійна координація та планування заходів

Одним з основних елементів успішного використання івент-менеджменту в готельному бізнесі є професійна координація та планування заходів. Світовий досвід показує, що готельні компанії мають значний досвід у цій сфері, оскільки постійно організовують широкий спектр заходів, від корпоративних

зустрічей до святкових вечірок. Професійні готельні івент-менеджери можуть ефективно управляти всіма аспектами організації заходу, включаючи вибір приміщення, меблювання, кейтеринг, технічну підтримку та інші деталі.

## 2. Гнучкість і персоналізація

Ще одним важливим аспектом є гнучкість та індивідуалізація, які готелі можуть запропонувати своїм клієнтам. Світовий досвід показує, що кожна подія є унікальною, і готелі повинні бути готові адаптуватися до індивідуальних потреб і вимог своїх клієнтів. Це стосується і вибору теми заходу, і персоналізації меню, і оформлення, і розважальної програми. Успішні готелі, які застосовують такий підхід, забезпечують унікальний досвід для своїх гостей і підвищують рівень їхнього задоволення.

## 3. Створення незабутніх вражень

Світовий досвід підтверджує, що одним з ключових завдань івент-менеджменту в готельному бізнесі є створення незабутніх вражень для учасників заходу. Цього можна досягти, використовуючи унікальний декор, цікаві тематичні елементи, інтерактивні розважальні програми та інші креативні підходи. Наприклад, готелі можуть організовувати тематичні вечірки зі спецефектами, які справляють незабутнє враження на всіх учасників.

## 4. Партнерство з місцевими постачальниками

Ще одним важливим елементом успішного івент-менеджменту в готельному бізнесі є партнерство з місцевими постачальниками послуг. Готелі часто співпрацюють з різноманітними постачальниками, такими як кейтерингові компанії, флористи та оренда обладнання, щоб надавати якісні послуги своїм клієнтам. Співпрацюючи з досвідченими постачальниками, готелі можуть гарантувати, що всі потреби та вимоги їхніх клієнтів будуть задоволені.

## 5. Використання технологій



Сучасні технології відіграють важливу роль в управлінні івент-менеджменту в готельному бізнесі. Вони допомагають у плануванні, комунікації з клієнтами, маркетингу та інших завданнях. Використання цифрових платформ, програмних інструментів для реєстрації та управління гостями, використання віртуальної реальності для створення інтерактивних елементів на заходах - це лише деякі з аспектів, які готелі використовують для покращення процесів управління івент-менеджменту [6].

### **Висновок до розділу 1**

Розділ "Теоретико-методологічні основи івент-менеджменту в готельному бізнесі" відкриває перед читачем широкий арсенал знань щодо сутності, історії та класифікації івент-менеджменту, а також розглядає світовий досвід використання та функціонування цієї концепції в готельній галузі.

Вивчення генези та історії розвитку івент-менеджменту дозволяє нам розуміти, як ця концепція сформувалася і виробила власний ідентичний стиль управління подіями. Від початкових фаз розвитку, коли події організовувалися безпосередньо на місці, до сучасних підходів, що базуються на стратегічному плануванні та інноваційних методах, івент-менеджмент проходив складний шлях еволюції.

Розділ розглядає сутність, поняття та класифікацію івент-менеджменту, що допомагає чітко визначити його область застосування та функції. Класифікація подій за типами та масштабом дає змогу краще розуміти різноманітність івентів та їхні особливості.

Огляд світового досвіду використання івент-менеджменту в готельному бізнесі демонструє, як ця концепція успішно застосовується в різних країнах і сприяє розвитку готельних закладів. Приклади найкращих практик та інноваційних підходів ілюструють важливість івент-менеджменту як стратегічного інструменту для досягнення успіху в готельній індустрії.

Розділ "Теоретико-методологічні основи івент-менеджменту в готельному бізнесі" становить основу для подальшого розгляду практичних аспектів івент-менеджменту в готельному секторі. Розуміння генези, сутності та класифікації івент-менеджменту, а також огляду світового досвіду його використання, допомагає готелям ефективно планувати, організувати та виконувати події, забезпечуючи високу якість обслуговування та задоволення потреб клієнтів.

## **РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ**

### **2.1 Характеристика методів та концепцій івент-менеджменту в готельному бізнесі**

Івент-менеджмент у готельному бізнесі відіграє ключову роль у створенні унікальних вражень для гостей, підвищенні рівня задоволення клієнтів та збільшенні доходів. Організація подій у готелях може включати конференції, весілля, корпоративні заходи, виставки та інші спеціалізовані події. У цьому есе розглянуто основні методи та концепції, що використовуються в івент-менеджменті готельного бізнесу, а також їх вплив на успіх готельних підприємств.

#### **Основні методи івент-менеджменту**

##### **1. Планування та організація:**

- Планування події включає визначення цілей та завдань заходу, підбір дати та місця проведення, розробку бюджету, а також складання детального плану заходу. Планування повинно враховувати потреби та очікування гостей, а також можливості готелю.

- Організація події охоплює підготовку всіх необхідних ресурсів, координацію діяльності підрядників, забезпечення технічної підтримки та створення комфортних умов для учасників.

##### **2. Маркетинг і просування:**

- Ефективний маркетинг є ключовим для залучення учасників та спонсорів. Це може включати використання соціальних мереж, розсилки електронних листів, створення спеціалізованих веб-сайтів для подій та співпрацю з впливовими особами та медіа.

- Використання стратегій контент-маркетингу дозволяє підвищити інтерес до події та підкреслити унікальні особливості заходу.

### 3. Логістика та менеджмент ресурсів:

- Логістика включає організацію транспорту, проживання, харчування та інших послуг для учасників заходу. Важливо забезпечити злагоджену роботу всіх підрозділів готелю для безперебійного обслуговування гостей.

- Менеджмент ресурсів вимагає ефективного використання персоналу, технічного обладнання та матеріалів для забезпечення високого рівня проведення заходу [10].

## Концепції івент-менеджменту

### 1. Клієнтоорієнтованість:

- Основна концепція івент-менеджменту в готельному бізнесі полягає у фокусуванні на потребах клієнтів. Важливо забезпечити індивідуальний підхід до кожного гостя та створити умови, що відповідають їхнім очікуванням.

- Впровадження систем зворотного зв'язку та постійного моніторингу задоволеності клієнтів дозволяє швидко реагувати на зауваження та підвищувати якість послуг.

### 2. Інноваційність:

- Використання сучасних технологій та інноваційних рішень допомагає підвищити ефективність організації заходів. Це може включати застосування мобільних додатків для реєстрації учасників, віртуальної та доповненої реальності для створення унікальних вражень, а також систем автоматизації процесів управління подіями.

- Інноваційні підходи також включають використання екологічно чистих матеріалів та технологій для зменшення впливу на навколишнє середовище.

### 3. Партнерство та колаборація:

- Співпраця з місцевими бізнесами, постачальниками послуг та іншими організаціями дозволяє розширити можливості готелю та забезпечити комплексне обслуговування подій.

- Партнерство з професійними івент-агентствами та спеціалістами з інших галузей допомагає підвищити якість заходів та забезпечити їх успіх.

Івент-менеджмент у готельному бізнесі є важливою складовою успіху підприємства, оскільки сприяє підвищенню рівня задоволення клієнтів, зміцненню бренду та збільшенню доходів. Використання ефективних методів планування, організації та маркетингу, а також впровадження інноваційних та клієнтоорієнтованих підходів дозволяє створювати незабутні події, що відповідають найвищим стандартам якості. Співпраця з партнерами та постійне вдосконалення процесів є ключовими факторами успішного івент-менеджменту в готельному бізнесі.

#### **2.2 Особливості управління співробітниками при організації івенту в готельному бізнесі**

В сучасному готельному бізнесі організація подій (івентів) стала не лише важливою складовою стратегії розвитку, але й ефективним інструментом для залучення клієнтів, підвищення репутації та розширення аудиторії. Управління співробітниками в процесі підготовки та проведення івентів у готельному секторі має свої особливості, що вимагають уваги та компетентності керівництва. Це есе розглядає ключові аспекти та виклики управління персоналом в контексті організації івентів у готельному бізнесі.

Перш за все, ефективне управління співробітниками у готельному секторі вимагає ретельного планування та координації завдань. Підготовка до івенту передбачає ряд процесів, включаючи вибір локації, розробку програми події,

організацію харчування та розважальної програми. Кожна з цих сфер вимагає високого рівня співпраці між різними відділами готелю та їх персоналом. Управління цим процесом потребує від керівництва вміння ефективно розподіляти ресурси та встановлювати чіткі терміни виконання завдань.

Другим важливим аспектом управління персоналом під час організації івентів є комунікація. Зважаючи на складність інтердисциплінарності подій, забезпечення ефективної комунікації між різними частинами команди є ключовим для успішної реалізації проекту. Керівництво повинно створити зручні канали зв'язку, сприяти відкритому обміну інформацією та вирішувати будь-які конфлікти чи непорозуміння негайно.

Третім аспектом є мотивація та підтримка персоналу. Організація івенту може бути важким завданням, особливо в умовах високого темпу та стресу. Керівництво повинно бути здатним виявляти інтерес до добробуту своїх співробітників, створювати сприятливу атмосферу для творчості та співпраці, а також надавати можливості для професійного зростання.

Не менш важливим є контроль за якістю та виконанням завдань. Керівництво має постійно моніторити хід підготовки івенту, вчасно виявляти та вирішувати можливі проблеми та недоліки. Ефективна система контролю дозволяє уникнути помилок та забезпечити високу якість події.

Ділові зустрічі: Ділові зустрічі - це ті заходи, які схожі на круглі столи. Це можуть бути засідання членів правління, обговорення на дошці або будь-яка важлива зустріч між двома чи більше компаніями з будь-якою діловою метою. Такі зустрічі потребують складного середовища й організації, як-от проектор, пункти зарядки для ноутбука, блокнота, ручки тощо.

Запуск продукту: Запуск продукту – це оголошення будь-якого нового продукту та послуги, які компанія збирається запустити. За атмосферою вони можуть нагадувати вечірку чи конференцію, але вони, як правило, веселіші та рекламні.

Тут, організовуючи будь-яку презентацію продукту, ми повинні зосередитися на просуванні продукту. Тип території може змінюватися відповідно. Для нового автомобіля запуск може бути на будь-якому майданчику, будь-якому фільмі це може бути будь-який зал тощо

Тренінг/практикум: тренінг і семінар є освітніми подіями, де багато людей навчаються, а один або двоє діляться знаннями. Подібні заходи проводяться з метою навчання кандидатів. Основні вимоги та домовленості відрізняються від розглянутих вище заходів. Може знадобитися зал з аудіосистемою (миші, колонки) та відеосистемою. Проектор з ноутбуком для презентаційних цілей. Так що, якщо зал для тренувань великий, голос доноситься до спини, і можна легко бачити екран.

Організаційна вечірка: великі організації проводять свої вечірки протягом місяця або щорічно. Це може бути як будь-яка подія нагородження, річна вечірка або командна вечірка. Подібного роду подія потребує значного контролю з точки зору безпеки (наприклад, перевірка вхідних воріт вечірки: вхід для офісних працівників). Це може бути тематична вечірка, для якої може знадобитися велика зона для обіду та розваг.

У висновку, організація івенту в готельному бізнесі вимагає від керівництва не лише стратегічного бачення та креативності, але й вміння ефективно управляти персоналом. Ключовими аспектами управління є ретельне планування, ефективна комунікація, мотивація персоналу та контроль за якістю виконання завдань. Лише поєднання цих елементів може забезпечити успішну реалізацію івенту та позитивний відгук клієнтів.

Аспекти управління персоналом під час організації івентів у готельному бізнесі:

1. Рекрутинг та навчання персоналу: Успішна реалізація івенту починається з правильної підготовки персоналу. Готельні менеджери повинні забезпечити, що у їхній команді є спеціалісти з різних сфер, таких як

організація заходів, гостьовий сервіс, кулінарія, маркетинг тощо. Крім того, тренінги та семінари можуть бути корисними для підвищення кваліфікації персоналу та ознайомлення їх з особливостями роботи на івенті.

2. Управління часом та ресурсами: Організація івенту вимагає точного планування та ефективного використання ресурсів. Керівництво повинно вміло розподіляти робочий час та матеріальні ресурси між різними етапами підготовки та проведення події, забезпечуючи оптимальний результат.

3. Управління стресом та вирішення конфліктів: Підготовка до великого івенту може бути дуже напруженою для персоналу. Керівництво повинно мати навички управління стресом та вміти ефективно вирішувати будь-які конфлікти, що виникають між співробітниками, для того щоб забезпечити гармонійну та продуктивну роботу.

4. Створення атмосфери співпраці та творчості: Під час підготовки івенту важливо створити атмосферу співпраці та творчості в команді. Керівництво повинно сприяти обміну ідеями та стимулювати співробітників до активної участі в процесі планування та виконання завдань.

5. Оцінка результатів та постійне вдосконалення: Після завершення івенту важливо проаналізувати його результати, виявити сильні та слабкі сторони, а також зробити висновки для майбутніх проектів. Керівництво повинно бути готове до постійного вдосконалення процесів організації івентів та впровадження нових ідей та технологій.

6. Адаптація до змін: Під час підготовки івенту можуть виникнути непередбачувані обставини, такі як зміни в програмі, зміни вимог клієнта або технічні неполадки. Керівництво повинно бути готовим до адаптації та швидкого прийняття рішень для того, щоб забезпечити успішний результат.

7. Взаємодія з клієнтами: Ефективне управління співробітниками також включає в себе взаємодію з клієнтами та врахування їхніх побажань та потреб.



Комунікація з клієнтами, врахування їхніх вимог та вчасне вирішення будь-яких питань є ключовими для успішного виконання замовлення.

8. Бюджетування та фінансовий контроль: Управління фінансами є невід'ємною частиною організації будь-якого івенту. Керівництво повинно вміло управляти бюджетом, контролювати витрати та забезпечувати фінансову стабільність проекту.

9. Безпека та здоров'я: Забезпечення безпеки та здоров'я учасників івенту є одним з головних пріоритетів під час його організації. Керівництво повинно дотримуватися всіх необхідних стандартів безпеки та забезпечити належні умови для безпечного проведення події.

10. Маркетинг та просування: Ефективне управління співробітниками також включає в себе розвиток стратегій маркетингу та просування івенту. Команда повинна спільно працювати над розробкою та виконанням маркетингових стратегій для того, щоб привернути більше учасників та підвищити репутацію готелю.

Ці аспекти важливі для успішного управління персоналом під час організації будь-якого івенту в готельному бізнесі. Врахування цих аспектів допоможе забезпечити ефективну координацію, співпрацю та виконання завдань всією командою, що в свою чергу призведе до успішного результату та задоволення клієнтів. Управління співробітниками в цій сфері вимагає не лише професійних знань та навичок, але й вміння працювати в умовах високого темпу, творчості та стресу.

### **2.3 Аналіз ефективності використання івент-менеджменту в готельному бізнесі**

Готельний бізнес — це одна з найбільш конкурентних сфер індустрії гостинності. В умовах жорсткої конкуренції готелі шукають нові способи залучення гостей та підвищення свого доходу. Одним із таких способів є івент-

менеджмент, який включає організацію та проведення різноманітних заходів. Цей метод дозволяє не лише збільшити кількість відвідувачів, але й зміцнити імідж готелю. Розглянемо, наскільки ефективним є використання івент-менеджменту в готельному бізнесі [27].

### Переваги використання івент-менеджменту

#### 1. Залучення нових клієнтів

Організація подій, таких як конференції, весілля, виставки та бізнес-зустрічі, дозволяє готелям залучати нових клієнтів. Заходи, що проводяться на території готелю, привертають увагу не лише місцевих жителів, але й гостей з інших міст та країн. Це сприяє збільшенню кількості бронювань та підвищенню заповнюваності номерів.

#### 2. Збільшення доходів

Івент-менеджмент допомагає готелям генерувати додатковий дохід. Окрім доходів від оренди конференц-залів та банкетних залів, готелі отримують прибуток від послуг харчування, проживання та додаткових сервісів. Великі події, такі як фестивалі або корпоративні зустрічі, можуть значно підвищити доходи готелю в короткостроковій перспективі.

#### 3. Підвищення впізнаваності бренду

Проведення високоякісних заходів допомагає готелям зміцнити свій бренд та підвищити впізнаваність. Успішні події створюють позитивне враження у гостей, що сприяє зростанню кількості рекомендацій та повторних відвідувань. Крім того, позитивні відгуки та рецензії сприяють підвищенню рейтингу готелю в онлайн-платформах.

Приклади подій, які не пов'язані зі співпрацею:

- Весілля;

- Фестиваль;

-Спілкування (святкування дня народження, ювілею).

Весілля: Масштаб весілля може варіюватися від дуже маленького до дуже великого. Зараз існує мода на весілля за призначенням. Сюди на місце приїжджають родини і залишаються до дня весілля.

Для цього потрібно багато заходів, як-от розміщення кімнат, їжа та напої та весільні заходи. Поряд з цими організаціями традиційних ритуалів теж.

Фестиваль: готель проводить багато музичних і танцювальних фестивалів. Це може бути як один вечір, так і більше двох днів. Наприклад, індійський фестиваль Холі організовується в будь-якому готелі, тому керівництво заходів має подбати про кольори, воду для ігор, безпеку та багато іншого. Соціальні зустрічі (святкування дня народження, ювілею): це невеликі заходи, які тривають кілька годин. Всі вимоги повідомляють замовники, включно з тим, яке буде меню для заходу.

Кожна подія починається з цього етапу планування. Завдання цього етапу включають придумування теми, створення бюджету, встановлення термінів, а також вибір і бронювання місць проведення подій. А також налаштування обладнання та обладнання, організація транспортування, створення плану дій у надзвичайних ситуаціях тощо. Це передбачає спостереження та пильну увагу до кожного компонента події.

Перевірте всі ресурси, необхідні для дня події. Крім того, отримати їх у надлишкових кількостях, якщо це необхідно. Розмістіть замовлення або створіть замовлення на закупівлю необхідних вам ресурсів. Після цього, якщо є потреба в людських ресурсах, спробуйте якомога швидше найняти їх і навчити. У день заходу або за день до заходу перевірте свої документи, щоб дізнатися, скільки авансу взято від клієнта, а скільки очікує. Після події намагається отримати відгук від клієнта та перевірити наявність лазівок, які можна усунути під час наступної події.

Виклики та проблеми:

### 1. Високі витрати

Організація заходів вимагає значних фінансових вкладень. Це стосується не лише оренди обладнання та найму персоналу, але й маркетингу, реклами та забезпечення безпеки. Для багатьох готелів високі витрати можуть стати серйозним бар'єром на шляху до використання івент-менеджменту.

### 2. Сезонність

Попит на проведення заходів часто залежить від сезону. Наприклад, весілля та фестивалі частіше проводяться влітку, тоді як конференції та бізнес-зустрічі можуть мати попит протягом усього року. Це створює нерівномірність доходів івент-менеджменту, що може негативно впливати на фінансову стабільність готелю.

### 3. Високий рівень конкуренції

Конкуренція серед готелів за право проведення заходів є дуже високою. Це вимагає від готелів постійного підвищення якості послуг та інноваційних підходів до організації подій. Готелі повинні бути готовими пропонувати унікальні та креативні рішення, щоб виділитися серед конкурентів.

Івент-менеджмент є потужним інструментом для підвищення ефективності роботи готельного бізнесу. Він сприяє залученню нових клієнтів, збільшенню доходів та підвищенню впізнаваності бренду. Проте, для успішного використання івент-менеджменту готелям необхідно враховувати високі витрати, сезонність попиту та високу конкуренцію. Готелі, що здатні подолати ці виклики, можуть значно підвищити свою конкурентоспроможність та досягти успіху на ринку індустрії гостинності.

Можна виділити 5 способів, як організація заходів допомагає індустрії гостинності.

## 1. Покращує дохід місцезнаходження готелю

Управління подіями та планування може збільшити дохід локації готелю. Проводячи заходи, працівники індустрії гостинності можуть розширити свою клієнтуру та отримати більше прибутку. Крім того, належне управління гостинністю та планування заходів може допомогти створити позитивну репутацію готелю/закладу, що може призвести до утримання клієнтів і навіть до маркетингу з уст в уста. Нарешті, за допомогою соціальних медіа добре організована подія може миттєво стати вірусною, приносячи величезний прибуток у будь-якому місці.

## 2. Створює культурний вплив

Культурні заходи є величезною частиною індустрії гостинності. Від весіль і музичних шоу до місцевих фестивалів, вони можуть надати людям спосіб зв'язатися зі своєю спадщиною та дізнатися більше про інші культури. Вони також можуть бути чудовим способом просування туризму та залучення нового бізнесу. Управління подіями та планування мають важливе значення для того, щоб ці події проходили гладко та успішно.

## 3. Підвищити економічне зростання

Управління подіями та планування, якщо це зроблено правильно, може принести великі позитивні зміни в територію. Проводячи заходи, місцеві підприємства можуть отримувати прибуток і створювати більше робочих місць. Крім того, події можуть сприяти розвитку туризму та залучати нових відвідувачів у регіон. Це може створити ефект снігової кулі, створивши більше економічних можливостей для гостинного бізнесу в цьому районі, і таким чином справді дасть поштовх місцевій економіці.

## 4. Створює вплив на місцевий туризм

Управління та планування подій може мати значний вплив на місцевий туризм. Організовуючи та приймаючи заходи, готелі та ресторани можуть

залучити більше відвідувачів у свій район. Це може призвести до буму місцевого туризму, а також збільшення доходів для підприємств індустрії гостинності.

Якщо все зроблено правильно, менеджмент гостинності та планування заходів можуть мати серйозний вплив на місцеву туристичну економіку. Насправді багато туристичних місць виникли завдяки таким подіям, як ретрити для медитації, великі музичні фестивалі чи навіть мистецькі виставки. Отже, належне управління подіями та планування йдуть рука об руку з просуванням туризму.

#### 5. Підвищує лояльність клієнтів

Лояльність клієнтів є одним із найважливіших факторів у індустрії гостинності. Проводячи заходи та надаючи послуги з організації та планування подій, компанії в індустрії гостинності можуть створювати більше цінностей, тим самим підвищуючи лояльність клієнтів. Це особливо важливо, якщо захід, про який йде мова, є щорічним або щомісячним, оскільки це вже гарантує хорошу відвідуваність. Таким чином, управління подіями та планування можуть допомогти підприємствам індустрії гостинності:

Розвивати базу лояльних клієнтів:

- Підвищення рівня задоволеності клієнтів;
- Підвищення впізнаваності бренду;
- Покращити взаємодію з клієнтами.

### **Висновок до розділу 2**

Дослідження організації івент-менеджменту в готельному бізнесі надає глибоке розуміння методів та концепцій, що лежать в основі успішної реалізації подій в готельному середовищі. Розділ розглядає різні аспекти організації та управління івентами, включаючи характеристику методів та концепцій івент-

менеджменту, особливості управління співробітниками та аналіз ефективності використання івент-менеджменту в готельному бізнесі.

Дослідження показало, що івент-менеджмент в готельному бізнесі базується на різних методах та концепціях, включаючи стратегічне планування, координацію подій, маркетинг та просування, фінансове управління та контроль якості. Розуміння цих методів дозволяє готелям ефективно організовувати та виконувати різноманітні заходи, забезпечуючи високу якість обслуговування та задоволення потреб клієнтів.

Вивчення особливостей управління персоналом під час організації івентів в готельному бізнесі розкриває важливі аспекти командної роботи, комунікації та мотивації. Забезпечення ефективної співпраці між різними відділами та командами готелю є вирішальним для успішної реалізації івентів та забезпечення високої якості обслуговування.

Проведений аналіз ефективності використання івент-менеджменту в готельному бізнесі показує, що правильно сплановані та виконані івенти можуть значно підвищити привабливість готелю для клієнтів, збільшити доходи та підвищити рівень задоволеності клієнтів.

Дослідження організації івент-менеджменту в готельному бізнесі підкреслює важливість розуміння методів та концепцій, які лежать в основі успішної реалізації подій в готельному середовищі. Розуміння особливостей управління персоналом та аналіз ефективності використання івент-менеджменту допомагає готелям покращити свою діяльність та забезпечити високу якість обслуговування для клієнтів.

## **РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ УКРАЇНИ**

### **3.1 Проблеми в українському івент-менеджменті**

Івент-менеджмент — це сфера, що активно розвивається в Україні. Організація заходів, будь то бізнес-конференції, культурні фестивалі чи приватні свята, вимагає високої професійності та креативності. Однак, разом з розвитком галузі, постають і численні проблеми, які заважають її ефективному функціонуванню. Розглянемо основні виклики, з якими стикається івент-менеджмент в Україні.

Сьогодні розвиток українського ринку івент-послуг йде дуже складно. Це унеможливорює структурування та вимірювання за допомогою таких суворих стандартів як обсяг гравців, оборот, кількість і таке інше. тому, щоб зрозуміти що відбувається на даний момент і на якому етапі розвитку івент-індустрії, на чому полягає його розвиток і які його перспективи, краще зосередитися на тенденції ринку і проблемах, що виникають при впровадженні шкідливих програм. Досить серйозною проблемою є необізнаність потенційних клієнтів про можливості, які може запропонувати їм івент-індустрія. Тому необхідно повідомити замовника про популяризацію івент-ринку та івент-послуг.

Івент-бізнес-це більш важливий інструмент у вирішенні зовнішніх і позапланових внутрішніх завдань. Грамотно організований і впроваджений захід підвищує рейтинг не тільки компанії, але і агентств, які його організовують. Сьогодні івент-індустрія сповнена нових ідей. Задовольняти запити сучасних споживачів стає все складніше. Івент-сфера втомилася від різноманітності форматів і швидкості розвитку індустрії [15].

Івент-менеджмент є ключовою складовою готельно-ресторанного бізнесу, яка забезпечує організацію та проведення заходів різного масштабу та характеру. В Україні ця сфера демонструє певний потенціал для розвитку, проте стикається з рядом проблем, які заважають її повноцінному



функціонуванню. Можна розглянути такі основні проблеми, що стримують розвиток івент-менеджменту в Україні.

#### 1. Низький рівень технічного забезпечення

Багато готелів та конференц-залів в Україні не мають необхідного технічного оснащення для проведення сучасних заходів. Це стосується як аудіо- та відеообладнання, так і систем освітлення та звуку. Відсутність сучасної техніки ускладнює організацію високоякісних заходів та знижує конкурентоспроможність українських закладів на міжнародному рівні.

#### 2. Недостатня кількість спеціалізованих майданчиків

Інфраструктура для проведення заходів в Україні все ще недостатньо розвинена. Багато міст не мають спеціалізованих конгрес-центрів або багатоцільових залів, які б відповідали сучасним стандартам. Це обмежує можливості для організації великих міжнародних конференцій та виставок.

#### 3. Брак професійної підготовки

Однією з основних проблем івент-менеджменту в Україні є недостатня професійна підготовка персоналу. Багато фахівців не мають необхідних знань та навичок для ефективної організації та проведення заходів. Відсутність спеціалізованих освітніх програм та тренінгів погіршує ситуацію.

#### 4. Низький рівень англійської мови

В умовах глобалізації важливим є знання англійської мови, особливо для роботи з іноземними клієнтами та учасниками заходів. Проте, багато працівників українських готелів та івент-агентств мають недостатній рівень володіння англійською мовою, що створює додаткові труднощі у спілкуванні та організації міжнародних заходів.

#### 5. Недостатнє фінансування

Організація якісних заходів вимагає значних фінансових вкладень. Проте, багато українських готелів та івент-агентств стикаються з проблемою недостатнього фінансування. Це обмежує можливості для придбання сучасного обладнання, проведення маркетингових кампаній та залучення висококваліфікованого персоналу.

#### 6. Висока вартість оренди

Вартість оренди приміщень для проведення заходів в Україні є доволі високою, що робить організацію заходів більш витратною. Це особливо стосується великих міст, таких як Київ, Львів та Одеса, де ціни на оренду можуть бути дуже високими.

#### 7. Невизначеність правового статусу

Івент-менеджмент в Україні досі не має чіткого правового статусу. Відсутність спеціалізованого законодавства та регуляторних норм створює невизначеність для організаторів заходів та ускладнює їхню діяльність. Це також впливає на податкові та фінансові аспекти роботи івент-агентств та готелів.

#### 8. Відсутність державних програм підтримки

На відміну від багатьох інших країн, в Україні немає державних програм підтримки івент-індустрії. Відсутність субсидій, грантів та інших форм підтримки ускладнює розвиток цієї сфери та обмежує можливості для проведення великих міжнародних заходів.

#### 9. Відсутність цифрових рішень

Сучасний івент-менеджмент потребує використання цифрових рішень, таких як онлайн-системи бронювання, мобільні додатки для учасників заходів та платформи для віртуальних заходів. Проте, багато українських готелів та

івент-агентств не використовують ці технології, що знижує їхню ефективність та привабливість для клієнтів.

## 10. Проблеми з інтернет-зв'язком

Незважаючи на прогрес у розвитку інтернет-інфраструктури в Україні, проблеми з якістю та стабільністю інтернет-зв'язку залишаються актуальними. Це особливо стосується віддалених регіонів, де проведення онлайн- або гібридних заходів може бути ускладненим через нестабільний інтернет [17].

Однією з ключових проблем також є дефіцит кваліфікованих кадрів. Хоча навчальні заклади пропонують спеціалізовані програми, рівень підготовки часто не відповідає вимогам ринку. Багато випускників не мають практичного досвіду, що призводить до низької якості послуг. Крім того, відсутність чітких стандартів професійної етики та компетенцій ускладнює процес працевлаштування і підбору персоналу.

Економічна нестабільність в Україні також значно впливає на розвиток івент-індустрії. Високий рівень інфляції та коливання курсу валют ускладнюють планування бюджету заходів. Спонсори та інвестори обережно ставляться до вкладень в організацію великих подій, побоюючись фінансових ризиків. Це призводить до обмеженого фінансування та зниження якості заходів.

Бюрократичні процедури та правові обмеження також створюють значні труднощі для івент-менеджерів. Отримання дозволів на проведення масових заходів, забезпечення безпеки та дотримання санітарних норм вимагає

значних зусиль та часу. Часто ці процеси супроводжуються корупційними проявами, що додає додаткових складнощів.

Багато івент-менеджерів стикаються з проблемою відсутності стратегічного планування. Відсутність довгострокових планів та аналітики ринку ускладнює адаптацію до змін та впровадження інновацій. Це призводить

до низької конкурентоспроможності українських заходів на міжнародному рівні.

Івент-менеджмент в Україні має значний потенціал для розвитку, але стикається з рядом серйозних проблем, які потребують вирішення. Покращення інфраструктури, підвищення кваліфікації персоналу, забезпечення фінансової підтримки, інтеграція сучасних технологій та створення чіткого правового поля є ключовими напрямками, які можуть сприяти розвитку цієї сфери. Лише комплексний підхід до вирішення цих проблем дозволить українським готелям та івент-агентствам досягти високого рівня якості послуг та конкурентоспроможності на міжнародному ринку [22].

### **3.2 Пропозиції та шляхи удосконалення івент-менеджменту в готелях України**

Івент-менеджмент є важливою складовою готельного бізнесу, яка не лише сприяє залученню гостей, але й забезпечує додаткові джерела доходу. В Україні ця сфера має великий потенціал для розвитку, враховуючи зростаючу популярність внутрішнього та міжнародного туризму. Проте існують певні виклики, які потребують уваги та удосконалення. Можна запропонувати такі пропозиції та шляхи, які можуть допомогти підвищити ефективність івент-менеджменту в українських готелях.

#### **1. Інвестиції в інфраструктуру та технології**

Багато українських готелів мають недостатньо розвинену інфраструктуру для проведення великих заходів, а також обмежений доступ до сучасних технологій. Тому, готелі повинні інвестувати в модернізацію своїх конференц-залів та банкетних приміщень, забезпечуючи їх сучасним аудіо- та відеообладнанням, швидкісним інтернетом та іншими необхідними технічними засобами. Це не лише підвищить якість обслуговування, але й дозволить проводити гібридні та віртуальні заходи, які стають все більш популярними.

## 2. Розвиток персоналу та професійна підготовка

Брак кваліфікованого персоналу, який має досвід в організації та проведенні заходів. Готелі повинні інвестувати у навчання та підвищення кваліфікації своїх співробітників. Це може включати тренінги з івент-менеджменту, курси з комунікацій та управління проектами, а також навчання новітнім технологіям та тенденціям в сфері івент-індустрії. Співробітники з високим рівнем кваліфікації зможуть забезпечити краще обслуговування та ефективніше управління заходами.

## 3. Впровадження стійких практик

Недостатнє впровадження екологічних та стійких практик під час організації заходів. Готелі можуть активно впроваджувати екологічно чисті та стійкі практики, такі як використання біорозкладних матеріалів, сортування відходів, зменшення споживання енергії та води. Це не лише зменшить негативний вплив на довкілля, але й покращить імідж готелю серед екологічно свідомих клієнтів.

## 4. Покращення маркетингових стратегій

Низька обізнаність потенційних клієнтів про можливості проведення заходів у готелях. Готелі повинні розробити ефективні маркетингові стратегії, спрямовані на просування своїх івент-послуг. Це може включати використання соціальних мереж, онлайн-рекламу, партнерство з туристичними агентствами та організаторами заходів, а також участь у виставках та форумах. Активне просування допоможе залучити більше клієнтів та збільшити кількість замовлень на проведення заходів.

## 5. Підвищення якості обслуговування клієнтів

Недостатній рівень обслуговування клієнтів під час організації заходів.

Готелі повинні зосередити увагу на підвищенні якості обслуговування, що включає надання індивідуального підходу до кожного клієнта, своєчасне вирішення проблем та оперативне реагування на запити. Впровадження систем зворотного зв'язку допоможе ідентифікувати слабкі місця та вдосконалити процеси обслуговування.

Для підтримки конкурентоспроможності та задоволення зростаючих потреб клієнтів, готелі України повинні постійно вдосконалювати свої послуги. Можна запропонувати ще кілька інноваційних шляхів, які можуть допомогти готелям покращити івент-менеджмент та підвищити рівень сервісу.

### 1. Інтеграція CRM-систем для управління взаємовідносинами з клієнтами

Використання CRM (Customer Relationship Management) систем дозволяє готелям ефективно керувати взаємовідносинами з клієнтами, зберігати історію взаємодій та персоналізувати підходи. Такі системи допомагають автоматизувати процеси бронювання, відстежувати запити та забезпечувати індивідуальний підхід до кожного клієнта.

### 2. Оптимізація внутрішньої комунікації

Внутрішня комунікація між відділами, залученими до організації заходів, має бути ефективною та безперервною. Впровадження внутрішніх комунікаційних платформ, таких як Slack або Microsoft Teams, може сприяти оперативному обміну інформацією та швидкому вирішенню організаційних питань.

### 3. Забезпечення мобільних рішень для учасників заходів

Готелі можуть розробляти мобільні додатки або використовувати існуючі платформи для забезпечення зручного доступу до інформації про захід. Такі додатки можуть включати розклад заходів, інтерактивні карти приміщень, можливість бронювання додаткових послуг та миттєвий зв'язок з організаторами.

#### 4. Автоматизація процесів реєстрації та заселення

Автоматизація процесів реєстрації та заселення учасників заходів може значно зменшити час очікування та підвищити рівень зручності для гостей. Використання кіосків самообслуговування, електронних ключів та безконтактних платежів може зробити процес заселення швидким та безпроблемним.

#### 5. Креативні та тематичні заходи

Готелі можуть розширити свій асортимент, пропонуючи організацію тематичних та креативних заходів. Це можуть бути тематичні вечірки, культурні фестивалі, спортивні події чи кулінарні шоу. Такі заходи створюють унікальний досвід для учасників і сприяють підвищенню привабливості готелю.

#### 6. Використання нестандартних просторів

Замість звичайних конференц-залів, готелі можуть використовувати нестандартні простори для проведення заходів. Це можуть бути відкриті тераси, сади, басейни або навіть кухні. Такий підхід додає заходам особливого шарму та робить їх запам'ятовуваними.

#### 7. Зниження вуглецевого сліду заходів

Готелі можуть впроваджувати заходи для зниження вуглецевого сліду своїх заходів. Це може включати використання відновлюваних джерел енергії, зменшення споживання води та електроенергії, а також впровадження програм переробки та повторного використання матеріалів.

#### 8. Еко-дружні пакети та послуги

Запропонувати клієнтам екологічно дружні пакети послуг, які включають, наприклад, використання біорозкладних матеріалів, організацію заходів з мінімальним використанням паперових матеріалів та підтримку місцевих еко-

ініціатив. Це не тільки сприятиме захисту навколишнього середовища, але й підвищить репутацію готелю як соціально відповідального бізнесу.

## 9. Програми лояльності

Розробка програм лояльності для учасників заходів може сприяти утриманню клієнтів та залученню нових. Такі програми можуть включати знижки на майбутні заходи, бонуси за участь, спеціальні пропозиції та подарунки.

## 10. Персоналізовані маркетингові кампанії

Використання персоналізованих маркетингових кампаній дозволяє ефективніше залучати клієнтів та підвищувати рівень їх задоволеності. Це можуть бути електронні листи з індивідуальними пропозиціями, таргетована реклама в соціальних мережах та спеціальні акції для постійних клієнтів.

Удосконалення івент-менеджменту в готелях України є важливим кроком для підвищення конкурентоспроможності та привабливості готельного бізнесу. Інвестиції в інфраструктуру та технології, розвиток персоналу, впровадження стійких практик, покращення маркетингових стратегій та підвищення якості обслуговування клієнтів можуть суттєво покращити ефективність івент-менеджменту. Впровадження цих заходів сприятиме залученню більшої кількості клієнтів, збільшенню доходів та зміцненню позицій українських готелів на міжнародному ринку [18].

Покращення івент-менеджменту в готелях України є важливим кроком на шляху до підвищення якості послуг і залучення більшої кількості клієнтів. Враховуючи глобальні тенденції та локальні особливості, можна запропонувати додаткові інноваційні підходи, які сприятимуть розвитку цієї сфери.

1. Використання розширеної реальності (AR) та віртуальної реальності (VR)



Використання технологій розширеної та віртуальної реальності може значно покращити досвід клієнтів під час організації заходів. Готелі можуть пропонувати віртуальні тури по залам, де буде проходити захід, що дозволить замовникам краще уявити собі розміщення і декорації. Розширена реальність може бути використана для інтерактивних елементів під час заходу, таких як AR-гід або інтерактивні виставки.

## 2. Блокчейн-технології для безпеки даних

Впровадження блокчейн-технологій для управління даними та транзакціями може підвищити прозорість та безпеку під час організації заходів. Це стосується, наприклад, безпечного зберігання контрактів, персональних даних учасників і фінансових транзакцій.

## 3. Консьєрж-сервіси на базі штучного інтелекту

Готелі можуть впроваджувати консьєрж-сервіси на базі штучного інтелекту, які забезпечуватимуть індивідуальні рекомендації та допомогу гостям у режимі реального часу. Це може включати бронювання столиків у ресторанах, замовлення квитків на заходи та надання інформації про місцеві визначні місця.

## 4. Післязаходова аналітика та зворотний зв'язок

Після завершення заходу важливо отримати зворотний зв'язок від учасників та аналізувати його для подальшого вдосконалення сервісу. Використання опитувальників та анкет, а також аналіз коментарів у соціальних мережах, допоможе ідентифікувати сильні та слабкі сторони організації та внести необхідні корективи.

## 5. Спеціалізовані заходи

Готелі можуть спеціалізуватися на проведенні певних типів заходів, таких як кулінарні майстер-класи, спортивні тренінги або тематичні вечірки. Це

дозволить залучити специфічну аудиторію та створити унікальну нішу на ринку.

#### 6. Пакети "все включено" для заходів

Розробка пакетів "все включено" для організації заходів може значно спростити процес для клієнтів. Такі пакети можуть включати оренду залу, харчування, технічне забезпечення та додаткові послуги, що дозволить замовникам зосередитися на змісті заходу, а не на організаційних питаннях.

#### 7. Використання локальних продуктів та послуг

Готелі можуть підтримувати місцевих підприємців, використовуючи їхні продукти та послуги під час проведення заходів. Це може включати крафтові продукти харчування, місцеві вина та напої, а також декорації та сувеніри, виготовлені місцевими майстрами. Такий підхід підкреслить унікальність місця проведення та сприятиме розвитку місцевої економіки.

#### 8. Партнерські програми з місцевими постачальниками

Встановлення партнерських відносин з місцевими постачальниками та сервісами може не тільки знизити витрати, але й підвищити якість послуг. Наприклад, співпраця з місцевими флористами, музикантами та художниками може додати заходам індивідуальності та автентичності.

#### 9. Активна присутність у соціальних мережах

Сучасний івент-менеджмент неможливий без активної присутності у соціальних мережах. Готелі повинні використовувати платформи, такі як Instagram, Facebook та LinkedIn, для просування своїх послуг, взаємодії з клієнтами та залучення нової аудиторії. Публікація фотографій, відео та відгуків з попередніх заходів допоможе потенційним клієнтам краще уявити собі можливості готелю.

#### 10. Партнерство з інфлюенсерами та блогерами

Співпраця з відомими інфлюенсерами та блогерами може значно підвищити видимість готелю та його послуг. Запрошення їх на заходи та організація спеціальних подій для них може привернути увагу широкої аудиторії та створити позитивний імідж.

Запровадження інноваційних підходів та адаптація до змінних умов ринку сприятиме сталому розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні.

Управління подіями є критично важливим компонентом індустрії гостинності, особливо для готелів, які прагнуть збільшити свої потоки доходів і зміцнити імідж бренду. В Україні потенціал організації подій є значним, враховуючи багату культурну спадщину країни, яскраві міста та зростаючий бізнес-сектор. Однак, щоб повністю скористатися цими можливостями, українським готелям необхідно впроваджувати стратегії, які покращують якість, ефективність і привабливість їхніх послуг з організації заходів. У цьому есе досліджуються пропозиції та методи покращення організації заходів в українських готелях, зосереджуючись на маркетингу, якості послуг, інтеграції технологій, партнерстві та сталому розвитку.

Щоб залучити потрібну аудиторію для різних типів заходів, українські готелі повинні прийняти цілеспрямовані маркетингові стратегії. Визначення та розуміння конкретних потреб і переваг різних сегментів клієнтів, таких як корпоративні клієнти, організатори весіль і туристи, може допомогти готелям ефективно адаптувати свої маркетингові зусилля. Наприклад, для бізнес-конференцій готелі можуть зосередитися на професійних мережах, таких як LinkedIn, тоді як для весіль більш ефективними можуть бути соціальні медіа-платформи, такі як Instagram і Facebook, а також співпраця з організаторами весіль.

Цифровий маркетинг відіграє вирішальну роль у просуванні подій та охопленні ширшої аудиторії. Українським готелям варто інвестувати в SEO-оптимізацію, контент-маркетинг, кампанії в соціальних мережах та маркетинг

електронною поштою, щоб покращити свою присутність в Інтернеті та залучити потенційних клієнтів. Регулярні оновлення в соціальних мережах, цікавий контент і добре сплановані онлайн-кампанії можуть значно підвищити видимість і відвідуваність подій. Крім того, підтримка оновленого та зручного для користувача веб-сайту з детальною інформацією про послуги з проведення заходів може допомогти залучити більше клієнтів.

Успіх проведення заходів багато в чому залежить від кваліфікації та професіоналізму персоналу. Тому українські готелі повинні інвестувати в програми постійного навчання та розвитку своїх співробітників. Це включає в себе навчання з управління проектами, обслуговування клієнтів, навички спілкування та новітні технології організації подій. Підвищуючи набір навичок свого персоналу, готелі можуть забезпечити надання високоякісних послуг і підвищити рівень задоволеності клієнтів.

Створення системи мотивації персоналу може призвести до кращого обслуговування та більшої задоволеності роботою. Такі стимули, як бонуси, програми визнання, можливості кар'єрного зростання та професійного розвитку, можуть спонукати працівників працювати якнайкраще. Підтримуючи мотивовану та кваліфіковану робочу силу, готелі можуть підвищити загальну якість своїх послуг з організації заходів.

Автоматизація може оптимізувати процеси керування подіями, роблячи їх більш ефективними та зменшуючи ймовірність помилок. Українським готелям слід прийняти спеціалізоване програмне забезпечення для організації заходів, яке може обробляти різні аспекти планування заходів, включаючи планування, розподіл ресурсів і спілкування з клієнтами. Системи онлайн-бронювання та мобільні додатки для учасників заходу можуть ще більше підвищити зручність і покращити досвід клієнтів.

Впровадження технологій віртуальної та доповненої реальності може забезпечити конкурентну перевагу на ринку організації подій. Ці технології

можна використовувати, щоб пропонувати віртуальні тури приміщеннями для проведення заходів, демонструвати різні варіанти декору та створювати захоплюючі враження для клієнтів. Це може допомогти потенційним клієнтам краще візуалізувати свої події та приймати більш обґрунтовані рішення, тим самим збільшуючи ймовірність бронювань.

Створення партнерських відносин із місцевими підприємствами та постачальниками послуг може розширити спектр послуг, які пропонують готелі, і покращити якість заходів. Співпраця з компаніями громадського харчування, флористами, артистами та постачальниками обладнання може забезпечити комплексні рішення для проведення заходів і спростити процес планування для клієнтів. Ці партнерства також можуть призвести до взаємних рекомендацій і спільних маркетингових зусиль, що принесе користь усім залученим сторонам.

Активна участь у галузевих виставках і виставках дозволяє готелям продемонструвати свої можливості в організації заходів ширшій аудиторії. Ці заходи надають можливість спілкуватися з потенційними клієнтами, партнерами та експертами галузі. Вони також пропонують уявлення про останні тенденції та інновації в організації заходів, допомагаючи готелям залишатися конкурентоспроможними та відповідати галузевим стандартам.

Сучасні клієнти все більше усвідомлюють екологічність. Застосовуючи екологічні практики, українські готелі можуть залучити екологічно свідомих клієнтів і покращити імідж свого бренду. Це включає використання екологічно чистих матеріалів, мінімізацію відходів, впровадження енергоефективних рішень і підтримку місцевих постачальників. Наприклад, готелі можуть вибрати багаторазові декорації, енергозберігаюче освітлення та біологічно розкладані товари для громадського харчування.

Реклама та організація екологічних заходів може ще більше підвищити репутацію готелю щодо сталого розвитку. Це може включати організацію

конференцій і семінарів на екологічні теми, пропонування екологічних пакетів для зустрічей і просування таких практик, як переробка та зменшення відходів під час заходів. Позиціонуючи себе як лідерів у сфері сталого розвитку, готелі можуть залучити ринкову нішу клієнтів, які віддають перевагу екологічній відповідальності [19].

Удосконалення організації подій в українських готелях потребує багатогранного підходу, який включає ефективний маркетинг, покращену якість послуг, технологічну інтеграцію, стратегічне партнерство та прихильність до сталого розвитку. Впроваджуючи цілеспрямовані маркетингові стратегії, інвестуючи в навчання персоналу, використовуючи сучасні технології, будуючи стратегічну співпрацю та сприяючи сталому розвитку, українські готелі можуть значно розширити свої можливості з організації заходів. Ці вдосконалення не тільки залучать більше клієнтів, але й забезпечать вищий рівень задоволеності та лояльності клієнтів, сприяючи довгостроковому успіху в конкурентній індустрії гостинності.

### **Висновок до розділу 3**

Розділ "Рекомендації щодо удосконалення івент-менеджменту в готельному бізнесі України" пропонує широкий спектр рекомендацій, спрямованих на вирішення проблем, що існують у вітчизняному івент-менеджменті, та впровадження покращень для підвищення якості організації та проведення заходів в готельному секторі. Розділ розглядає проблеми, з якими стикаються українські готелі при організації подій, а також надає конкретні пропозиції та шляхи для удосконалення івент-менеджменту в готелях України.

Аналіз показує, що українські готелі стикаються з рядом проблем у впровадженні ефективного івент-менеджменту. Ці проблеми включають недостатню кваліфікацію персоналу, обмежений бюджет для проведення заходів, нестабільний ринок та недостатню інфраструктуру для організації великих подій. Крім того, відсутність стандартів івент-менеджменту та

відповідних правил і регуляцій ускладнює організацію заходів та знижує їхню якість.

Для вирішення цих проблем та підвищення ефективності івент-менеджменту в готельному бізнесі України, рекомендується ряд заходів. Серед них – підвищення кваліфікації персоналу через навчання та тренінги, вдосконалення інфраструктури для організації подій, встановлення стандартів та регуляцій у галузі івент-менеджменту, а також партнерство зі спеціалізованими агентствами та компаніями для спільного проведення заходів.

Застосування цих пропозицій допоможе українським готелям покращити якість організації та проведення подій, зробить їх більш конкурентоспроможними на ринку івент-менеджменту та сприятиме подальшому розвитку готельного бізнесу в Україні.

Залучення державних органів та індустрійних асоціацій до розробки та підтримки стандартів івент-менеджменту може сприяти створенню сприятливої середовища для розвитку цієї галузі. Постійне вдосконалення практик івент-менеджменту шляхом впровадження інноваційних технологій, аналізу ринкових тенденцій та відгуків клієнтів також може допомогти українським готелям досягти високих стандартів організації та проведення подій.

Крім того, активна пропаганда та маркетингові кампанії з підтримки івент-індустрії в Україні можуть залучити більше уваги та інвестицій до цього сектору, що сприятиме його розвитку та зростанню. Навчальні програми та курси з івент-менеджменту також можуть забезпечити професійний розвиток молодих спеціалістів та забезпечити сектор необхідним кадровим потенціалом.

Загалом, реалізація рекомендацій та вдосконалення івент-менеджменту в готельному бізнесі України вимагає комплексного підходу та спільних зусиль готельних компаній, державних структур, освітніх установ та індустрійних гравців.

## ВИСНОВКИ

Івент-менеджмент має величезні перспективи в Україні. Це дозволяє ділитися досвідом, емоціями та отримувати максимальну вигоду в рамках менеджменту готельного та громадського харчування. Це надійний механізм, завдяки якому весь бізнес може примножуватися, а заклад досягати поставлених цілей. Впровадження управління подіями може подвоїти продажі та покращити оцінку компанії, що, безсумнівно, добре для готельних і громадських компаній, які прагнуть розвитку, інновацій і змін. Event field – це величезний майданчик для створення креативних майданчиків, тематичних тренінгів, фестивальних вечірок, корпоративів, бізнес-брифінгів тощо. У системі івент-менеджменту кожен зможе знайти ті ланки розвитку, роботи та розваг, які йому подобаються, що, безсумнівно, робить позитивний внесок у соціально-економічний розвиток України.

Івент-менеджмент у готельно-ресторанному бізнесі - це не лише стратегічна складова успішного функціонування, але й потужний інструмент для розвитку бренду, залучення нових клієнтів та зміцнення відносин з існуючими. Професійно організовані заходи створюють неповторний досвід для гостей, підвищують їхню лояльність і сприяють позитивному іміджу закладу. Здатність до ефективного управління івентами, враховуючи потреби та побажання цільової аудиторії, дозволяє готелям і ресторанам виходити за межі традиційного гостинності і стати центром культурного життя та спільноти. Зростання конкуренції в галузі тільки підкреслює важливість івент-менеджменту як стратегічного інструменту для досягнення успіху в готельно-ресторанному бізнесі.

Завдяки івент-менеджменту готелі та ресторани можуть створювати незабутні враження для своїх клієнтів, реалізуюючи різноманітні події, від весіль та корпоративних заходів до культурних фестивалів і тематичних вечірок. Це дозволяє закладам не лише залучати нових клієнтів, але й зміцнювати відносини з постійною аудиторією та розширювати свої



можливості у сфері гостьового обслуговування. Крім того, івенти створюють можливість для співпраці з іншими бізнесами та спонсорами, що сприяє розвитку партнерських зв'язків та розширенню мережі контактів. Таким чином, івент-менеджмент в готельно-ресторанному бізнесі не лише забезпечує доходи, але й створює особливу атмосферу та підвищує конкурентоспроможність закладу в сучасному ринковому середовищі.

Зрозуміння та вміння ефективно впроваджувати івент-менеджмент дозволяють готелям і ресторанам стати не лише місцем проживання чи харчування, але й центром спільноти та культурного життя. Послуги, що виходять за межі звичайного гостьового обслуговування, такі як організація конференцій, фестивалів або мистецьких виставок, роблять заклад привабливішим для різних аудиторій і дозволяють йому зайняти унікальну позицію на ринку. Крім того, івент-менеджмент сприяє розвитку творчого потенціалу команди, роблячи її більш адаптивною та відкритою до нових ідей і підходів. Таким чином, впровадження івент-стратегій стає важливим елементом стратегії розвитку готелів та ресторанів, що сприяє не лише збільшенню прибутку, але й підвищенню їхнього іміджу та конкурентоспроможності.

Закріплюючи ідеї івент-менеджменту в готельно-ресторанному бізнесі, ми бачимо, що це не лише стратегічний крок для досягнення успіху, але й спосіб створення неповторних емоційних зв'язків з клієнтами, що стає основою довгострокових відносин та позитивного іміджу. Грамотне впровадження івент-стратегій розширює можливості бізнесу, надаючи йому можливість бути більш відкритим, творчим та залучати різноманітні аудиторії. Таким чином, івент-менеджмент стає важливим елементом успішної діяльності у готельно-ресторанній галузі, допомагаючи не лише залучати клієнтів, але й зберігати їх лояльність та стати центром активного та незабутнього відпочинку.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Дячук В. П. Іміджологія. Соціокультурний вимір : навч. посіб. Київ , 2017. 307 с.
2. Зеленська Л. М., Романова А. О. Івент-менеджмент : словник-довідник організатора заходів. Київ, 2015. 84 с.
3. Культурно-дозвіллева діяльність у сучасному світі : кол. моногр. Київ, 2017. 328 с.
4. Назарова Г. В. Сотнікова Ю. В. Креативна економіка та менеджмент : навч. посіб. Харків, 2018. 160 с.
5. Пашкевич М. Ю. Івент-технології у сфері дозвілля. Культурнодозвіллева діяльність у сучасному світі : кол. моногр. Київ, 2017. С. 278–295.
6. Гуманізація менеджменту у глобальному середовищі: монографія / Б. В. Літовченко. - Дніпро : Ліра, 2017. - 267 с.
7. Кузьмін О.Є. Основи менеджменту: підручник. / О.С. Кузьмін, О.Г. Мельник. – 2-е вид., випр.та допов. – К.: Академвидав, 2007. – 464 с.
8. Лесько О.Й. Етика ділових відносин: [Навчальний посібник] / О.Й. Лесько, М.Д. Прищак. – Вінниця: ВНТУ, 2011. – 309 с.
9. Мартиненко М. Основи менеджменту: Підручник / М. Мартиненко. – К.: Каравела, 2010. – 494 с.
10. Скібіцька Л. І. Лідерство та стиль роботи менеджера: навчальний посібник. / Л.І. Скібіцька. – К.: Центр учбової літератури, 2009. –192 с.
11. Скібіцька Л.І. Менеджмент підприємницької діяльності. Книга перша: Організація бізнесу. Навчальний посібник / Л.І. Скібіцька, О.М. Скібіцький. – К.: Кондор, 2010. – 820 с.

- 12.Хміль Ф.І. Основи менеджменту: підручник. Вид. 2-ге, випр., доп. / Ф.І. Хміль. – К.: Академвидав, 2007. – 576 с.
- 13.Яроміч С. А. Менеджмент у сфері культури : навч. посіб. Одеса : Центр практичного менеджменту культури, 2016. 274 с.
- 14.Event – крок за кроком (частина 1–2). URL: <http://ukr.art-imxo.com.ua/article/event-krok-za-krokom-chastyna-2.html>.
- 15.Офіційний сайт ЛКМ «Агенція з підготовки подій». URL: <http://lvivconvention.com.ua/en/>
- 16.Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації. URL: <http://www.world-tourizm.org>. (дата звернення: 09.04.2024)
- 17.Офіційний сайт туристичних виставок в Україні. URL: [www.autoexpo.ua/ex/toursalon](http://www.autoexpo.ua/ex/toursalon). (дата звернення: 09.04.2024)
- 18.Статистична інформація Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>. (дата звернення: 10.04.2024)
19. Кащук К. М., Мосійчук І. В., Саух І. В. Сучасні технології управління в готельно-ресторанному бізнесі: практики та інновації. Бізнесінформ. Економіка. Інноваційні процеси. 2023. С.94-99. URL: [https://www.business-inform.net/export\\_pdf/business-inform-2023-6\\_0-pages93\\_99.pdf](https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2023-6_0-pages93_99.pdf) (дата звернення: 18.05.2024)
- 20.Мазаракі А.А. Менеджмент: теорія та практика: навч. посіб. А.А. Мазаракі, Г. Є. Мошек та ін. Київ: Атика0 2012. 564 с.
- 21.Назаренко І. А., Боднарук О. А. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства : навчальний посібник. Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2020. 128 с. URL: [http://elibrary.donnuet.edu.ua/2017/1/2020\\_NP\\_Nazarenko\\_Vodnaruk\\_Org - конвертирован.pdf](http://elibrary.donnuet.edu.ua/2017/1/2020_NP_Nazarenko_Vodnaruk_Org - конвертирован.pdf) (дата звернення 20.05.2024)

22.Головачук Т.І., Шевченко-Котенко Ю.О. Тенденції розвитку ресторанного бізнесу Чернівецької області в умовах кризи. // Т.І. Головачук, Ю.О. Шевченко-Котенко // Туризм, ресторанне і готельне господарство. - 23. 14. – Вип.4.- С. 67-44.

24.Литвиненко Т.Є. Організація послуг харчування: курс лекцій. Литвиненко Т.Є. Київ НУХТ. 2014. 120 с.

25.Eurostat. URL: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/>. (дата звернення: 12.04.2024)

26.International Trade Statistic. URL: <http://www.wto.org>. (дата звернення: 13.04.2024)

27.The Harvard Business Review. URL: <http://hbr.org/>

28.The Global Competitiveness Report. URL: <http://www.weforum.org/reports>. (дата звернення: 14.04.2024)

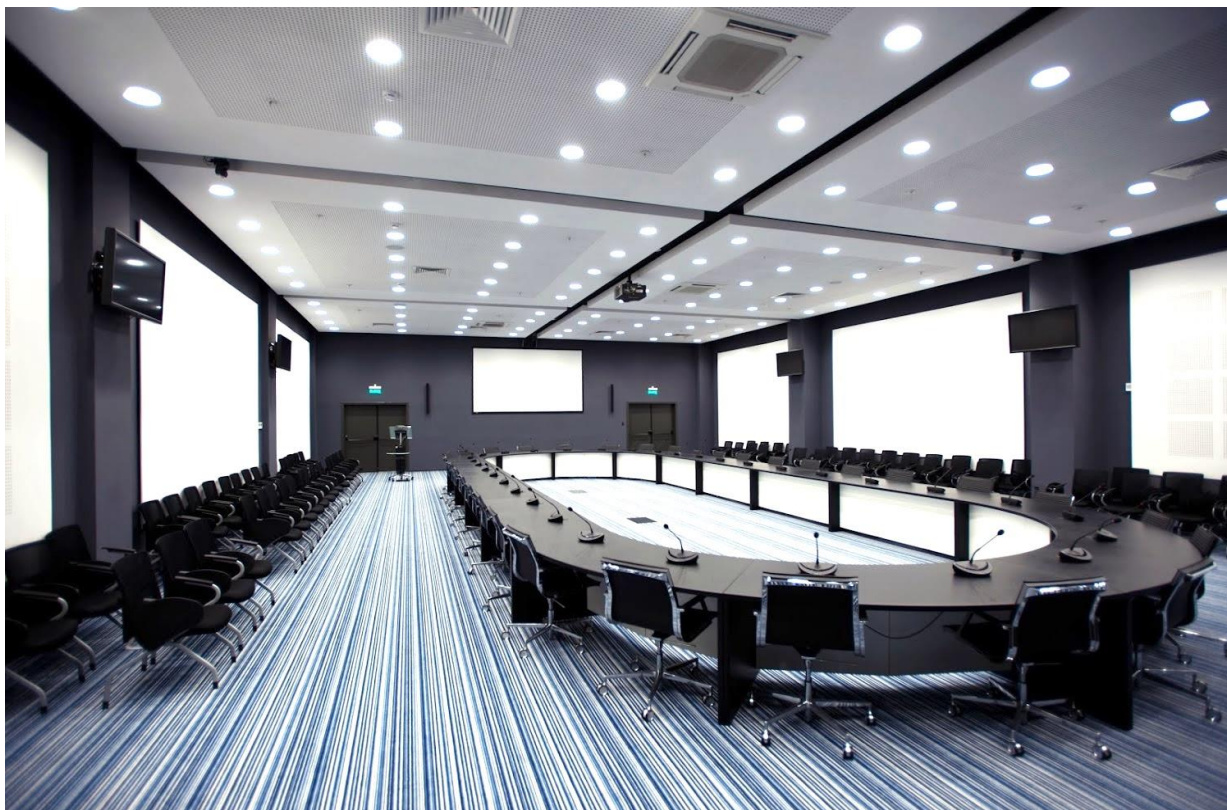
29.The World's Biggest Public Companies. URL: <http://www.forbes.com/global2000/list>. (дата звернення: 16.05.2024)

30.World Trade Report .URL: <http://surl.li/twjaq> (дата звернення: 17.05.2024)

## ДОДАТКИ

### Додаток А

#### Підготовка конференц-залу для корпоративного заходу



Благодійний вечір у готелі



Організація весільної церемонії в готелі



## РЕЦЕНЗІЯ

на кваліфікаційну роботу

### «Івент-менеджмент в готельно-ресторанній сфері, як фактор розвитку підприємства»

для здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр»  
студента спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»

Ільків Надія Миколаївна

(ППІ студента)

Рецензент: Михайло Мельникович, к.ю.н., керівник відділу івент-  
менеджменту ЗВО «Університет Короля Данила»


(науковий ступінь, вчене звання, посада, ППІ рецензента)

Зміст кваліфікаційної роботи послідовний та логічний з аргументованими фактами. Важливою складовою у кваліфікаційній роботі є наведені пропозиції та шляхи удосконалення івент-менеджменту в готелях України, але у роботі не наведено пропозицій, щодо розвитку івент-менеджменту в ресторанах України.

Також в роботі наведені приклади закордонних мереж готелів де є запроваджена система івент-менеджменту, але зовсім немає прикладів ресторанів чи готелів де використовують івент-менеджмент в Україні. Загалом робота має теоретичний характер, про те є визначені основні методи івент-менеджменту, зосереджено увагу на особливостях управління співробітниками при організації івенту в готельному бізнесі, та проаналізовано ефективність використання івент-менеджменту в готельному бізнесі.

Вважаю, що тема дослідження розкрита не повністю. Загалом кваліфікаційна робота студента Надії Миколаївни заслуговує оцінки «задовільно» .

к.ю.н., керівник відділу  
івент-менеджменту  
ЗВО «Університет Короля Данила»



Михайло МЕЛЬНИКОВИЧ

«04» червня 2024 р.



## Відгук

на кваліфікаційну роботу

### «Івент-менеджмент в готельно-ресторанній сфері, як фактор розвитку підприємства»

для здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр»  
студента спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»

Ільків Надії Миколаївни

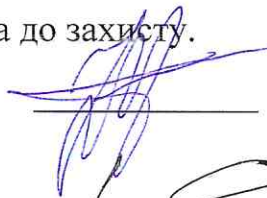
---

(ППІ студента)

Студенткою визначено сутність поняття івент-менеджменту, проаналізовано іноземний та вітчизняний досвід застосування івент-менеджменту у готельному бізнесі, визначено основні проблеми івент-менеджменту, встановити перспективи та шляхи удосконалення івент-менеджменту у готельному бізнесі в Україні. Важливим аспектом у кваліфікаційній роботі є наведені пропозиції та шляхи удосконалення івент-менеджменту в готелях України, такі як: інвестиції в інфраструктуру та технології, розвиток персоналу та професійна підготовка, впровадження стійких практик, покращення маркетингових стратегій, підвищення якості обслуговування клієнтів.

Аналіз поставлених завдань виконано на достатньому рівні, адже пропозиції та шляхи удосконалення івент-менеджменту в готелях носять теоретичний характер, немає наведених прикладів готелів чи ресторанів де є впроваджена система івент-менеджменту. Матеріали роботи викладені у науковому стилі, доступною мовою, стисло та правильно. Оформлення кваліфікаційної роботи відповідає не відповідає методичним вимогам, список використаних джерел оформлено відповідно до рекомендацій. Календарний план виконання роботи виконано вчасно. В підсумку кваліфікаційна робота студента Надії Миколаївни допущена до захисту.

Студент



Надія ІЛЬКІВ

Науковий керівник



Василь КАСІЯНЧУК

«03» червня 2024 р.



## метадані

Заголовок

**Івент-менеджмент в готельно-ресторанній сфері, як фактор розвитку підприємства**

Автор

**Ільків Н.** Науковий керівник / Експерт

підрозділ

**King Danylo University**

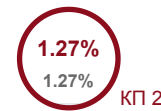
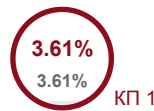
## Тривога

У цьому розділі ви знайдете інформацію щодо текстових спотворень. Ці спотворення в тексті можуть говорити про **МОЖЛИВІ** маніпуляції в тексті. Спотворення в тексті можуть мати навмисний характер, але частіше характер технічних помилок при конвертації документа та його збереженні, тому ми рекомендуємо вам підходити до аналізу цього модуля відповідально. У разі виникнення запитань, просимо звертатися до нашої служби підтримки.

Заміна букв		2
Інтервали		0
Мікропробіли		5
Білі знаки		0
Парафрази (SmartMarks)		34

## Обсяг знайдених подібностей

Коефіцієнт подібності визначає, який відсоток тексту по відношенню до загального обсягу тексту було знайдено в різних джерелах. Зверніть увагу, що високі значення коефіцієнта не автоматично означають плагіат. Звіт має аналізувати компетентна / уповноважена особа.

**25**

Довжина фрази для коефіцієнта подібності 2

**13023**

Кількість слів

**103197**

Кількість символів

## Подібності за списком джерел

Нижче наведений список джерел. В цьому списку є джерела із різних баз даних. Колір тексту означає в якому джерелі він був знайдений. Ці джерела і значення Коефіцієнту Подібності не відображають прямого плагіату. Необхідно відкрити кожне джерело і проаналізувати зміст і правильність оформлення джерела.

### 10 найдовших фраз

Колір тексту

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	НАЗВА ТА АДРЕСА ДЖЕРЕЛА URL (НАЗВА БАЗИ)	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)	
1	<a href="https://dspace.nuft.edu.ua/bitstream/123456789/33206/1/EVENT_MANAGEMENT.pdf">https://dspace.nuft.edu.ua/bitstream/123456789/33206/1/EVENT_MANAGEMENT.pdf</a>	54	0.41 %
2	<a href="https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2021/jun/23771/menedzhment121-41-52.pdf">https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2021/jun/23771/menedzhment121-41-52.pdf</a>	30	0.23 %
3	<a href="https://nakkkim.edu.ua/images/vidannya/Konferencii/Tezy_konf_k_m_2019.pdf">https://nakkkim.edu.ua/images/vidannya/Konferencii/Tezy_konf_k_m_2019.pdf</a>	29	0.22 %
4	Сучасні системи бронювання в готельному бізнесі 6/2/2023 King Danylo University (King Danylo University)	28	0.22 %
5	<a href="http://ekhsuir.kspu.edu/bitstream/handle/123456789/11346/461_Bondar_FEM_2020.pdf?sequence=1">http://ekhsuir.kspu.edu/bitstream/handle/123456789/11346/461_Bondar_FEM_2020.pdf?sequence=1</a>	25	0.19 %

6	<a href="http://ekhsuir.kspu.edu/bitstream/handle/123456789/11346/461_Bondar_FEM_2020.pdf?sequence=1">http://ekhsuir.kspu.edu/bitstream/handle/123456789/11346/461_Bondar_FEM_2020.pdf?sequence=1</a>	21	0.16 %
7	<a href="https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2021/jun/23771/menedzhment121-41-52.pdf">https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2021/jun/23771/menedzhment121-41-52.pdf</a>	20	0.15 %
8	<a href="https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2021/jun/23771/menedzhment121-41-52.pdf">https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2021/jun/23771/menedzhment121-41-52.pdf</a>	20	0.15 %
9	ТЕМАТИЧНІ ІВЕНТ-УРОКИ ПІД ЧАС ВИВЧЕННЯ БІОЛОГІЇ У 6 КЛАСІ 11/27/2023 Hlukhiv National Pedagogical University of Oleksandr Dovzhenko (Hlukhiv National Pedagogical University of Oleksandr Dovzhenko)	17	0.13 %
10	<a href="http://ekhsuir.kspu.edu/bitstream/handle/123456789/11346/461_Bondar_FEM_2020.pdf?sequence=1">http://ekhsuir.kspu.edu/bitstream/handle/123456789/11346/461_Bondar_FEM_2020.pdf?sequence=1</a>	17	0.13 %

### з бази даних RefBooks (0.10 %)

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	ЗАГОЛОВОК	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)	
<b>джерело: Paperity</b>			
1	UK SCIENTIFIC TRADITION IN EVENTS MANAGEMENT: KEY CONCEPTS (G. BOWDIN, H. PIELICHATY, G. ELS) Iryna Parkhomenko;	13 (2)	0.10 %

### з домашньої бази даних (0.28 %)

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	ЗАГОЛОВОК	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)	
1	Сучасні системи бронювання в готельному бізнесі 6/2/2023 <b>King Danylo University (King Danylo University)</b>	<b>36 (2)</b>	<b>0.28 %</b>

### з програми обміну базами даних (0.60 %)

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	ЗАГОЛОВОК	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)	
1	ТЕМАТИЧНІ ІВЕНТ-УРОКИ ПІД ЧАС ВИВЧЕННЯ БІОЛОГІЇ У 6 КЛАСІ 11/27/2023 Hlukhiv National Pedagogical University of Oleksandr Dovzhenko (Hlukhiv National Pedagogical University of Oleksandr Dovzhenko)	24 (2)	0.18 %
2	Управління ризиками організації тижня франкофонії в Україні.docx 11/15/2023 Kharkiv National University of Economics named after S.Kuznets (KNUE) (KNUE)	24 (3)	0.18 %
3	Особливості організації та проведення івент-заходів у великому місті 1/20/2020 Kharkiv State Academy of Culture (028 Менеджмент соціокультурної діяльності)	10 (2)	0.08 %
4	075 Климова Єлизавета Ігорівна (1) 5/21/2024 Odessa National Polytechnic University (ІБЕІТ, кафедра маркетинг)	10 (1)	0.08 %
5	Розробка рекомендацій щодо планування корпоративного івенту 11/27/2022 Kharkiv National University of Economics named after S.Kuznets (KNUE) (KNUE)	5 (1)	0.04 %

6	Івент-менеджмент як сучасна технологія організації корпоративного заходу.docx 11/17/2023 Kharkiv National University of Economics named after S.Kuznets (KNUE) (KNUE)	5 (1)	0.04 %
---	---	-------	--------

### з Інтернету (2.63 %)

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	ДЖЕРЕЛО URL	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)	
1	<a href="https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2021/jun/23771/menedzhment121-41-52.pdf">https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2021/jun/23771/menedzhment121-41-52.pdf</a>	116 (7)	0.89 %
2	<a href="http://ekhsuir.kspu.edu/bitstream/handle/123456789/11346461_Bondar_FEM_2020.pdf?sequence=1">http://ekhsuir.kspu.edu/bitstream/handle/123456789/11346461_Bondar_FEM_2020.pdf?sequence=1</a>	88 (5)	0.68 %
3	<a href="https://dspace.nuft.edu.ua/bitstream/123456789/33206/1/EVENT_MANAGEMENT.pdf">https://dspace.nuft.edu.ua/bitstream/123456789/33206/1/EVENT_MANAGEMENT.pdf</a>	74 (3)	0.57 %
4	<a href="https://nakkkim.edu.ua/images/vidannya/Konferencii/Tezy_konf_k_m_2019.pdf">https://nakkkim.edu.ua/images/vidannya/Konferencii/Tezy_konf_k_m_2019.pdf</a>	29 (1)	0.22 %
5	<a href="https://ir.vtei.edu.ua/g.php?fname=28223.pdf">https://ir.vtei.edu.ua/g.php?fname=28223.pdf</a>	15 (1)	0.12 %
6	<a href="http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/12700/2/%D0%A1%D1%82%D0%B5%D0%BF%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20%D0%9A.%D0%92.%20%D0%A0%D0%B5%D1%84%D0%B5%D1%80%D0%B0%D1%82.pdf">http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/12700/2/%D0%A1%D1%82%D0%B5%D0%BF%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20%D0%9A.%D0%92.%20%D0%A0%D0%B5%D1%84%D0%B5%D1%80%D0%B0%D1%82.pdf</a>	12 (1)	0.09 %
7	<a href="https://magistr.ua/works/24/430511/">https://magistr.ua/works/24/430511/</a>	9 (1)	0.07 %

### Список прийнятих фрагментів (немає прийнятих фрагментів)

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	ЗМІСТ	КІЛЬКІСТЬ ОДНАКОВИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
------------------	-------	---------------------------------------

#### ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ

«УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА»

Факультет суспільних і прикладних наук

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

#### КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

для здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

на тему: Івент-менеджмент в готельно-ресторанній сфері, як фактор розвитку підприємства

#### за освітньо-професійною програмою

«Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу»

спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа

Здобувач: Ільків Надія Миколаївна Науковий керівник: Касіячук Василь Дмитрович

Івано-Франківськ - 2024

#### ЗМІСТ

ВСТУП 3

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ 6

1.1 Генеза та історія розвитку івент- менеджменту 6

1.2 Сутність, поняття та класифікація івент- менеджменту 12

1.3 Світовий досвід використання та функціонування івент-менеджменту в готельному бізнесі 20

Висновок до розділу 1 30

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ 32

2.1 Характеристика методів та концепцій івент-менеджменту в готельному бізнесі 32

2.2 Особливості управління співробітниками при організації івенту в готельному бізнесі 34

2.3 Аналіз ефективності використання івент-менеджменту в готельному бізнесі 38

Висновки до розділу 2 43

РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ УКРАЇНИ.....45

3.1 Проблеми в українському івент-менеджменті.....45

3.2 Пропозиції та шляхи удосконалення івент-менеджменту в готелях