

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Факультет готельно-ресторанного та туристичного бізнесу імені проф. В.Ф. Доценка
Кафедра готельно-ресторанної справи

«До захисту в ЕК»

Декан факультету



(підпис)


Віра ЦИРУЛЬНІКОВА

(ім'я і прізвище)

«17» 06 2024 р.

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри



(підпис)

Лариса ШАРАН

(ім'я і прізвище)

«17» черне 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА

зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»

(код та назва спеціальності)

освітньо-професійної програми «Готельно-ресторанна справа»

на тему: «Особливості івент-технологій у готельному комплексі»

Виконав: здобувач 4 курсу, групи ГС-4-7

Коповська Анжеліка Віталіївна

(прізвище, ім'я, по батькові повністю)

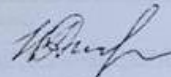


(підпис)

Керівник

Ірина ДІТРИХ

(ім'я і прізвище)



(підпис)

Рецензент

Ірина МЕЛЬНИК

(ім'я і прізвище)



(підпис)

Я, як здобувач(ка) Національного університету харчових технологій розумію і підтримую політику університету з академічної доброчесності. Я не надавав(-ла) і не одержував(-ла) недозволеної допомоги під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

Здобувач



(підпис)

Київ – 2024 р.

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Факультет готельно-ресторанного та туристичного бізнесу імені проф. В.Ф. Доценка

Кафедра готельно-ресторанної справи

Освітній ступінь бакалавр

Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»


(шифр і назва)

Освітньо-професійна програма «Готельно-ресторанна справа»

(назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри ГРС

 Лариса ШАРАН

“ 08 ” травня 2024 року

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Коповської Анжеліки Віталіївни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Особливості івент-технологій у готельному комплексі»

керівник роботи Дітріх Ірина Вікторівна, к.х.н., доцент

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

затверджені наказом вищого навчального закладу від “08” травня 2024 року № 339-КС


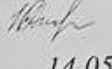

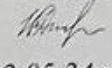
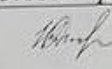
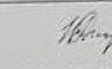
2. Термін подання здобувачем роботи 6 червня 2024 року

3. Вихідні дані до роботи «Особливості івент-технологій у готельному комплексі», готельний комплекс «Верховина» м. Київ

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) Вступ; Розділ 1 Основні тенденції розвитку івент-технологій у сфері гостинності; Розділ 2 Характеристика готельного комплексу “Верховина”; Розділ 3 Удосконалення івент-діяльності готельного комплексу “Верховина”; Висновки та пропозиції; Список використаної літератури та інтернет-ресурсів;

5. Перелік графічного матеріалу

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Розділ 1	Дітріх І. В., доцент	 08.05.24 р.	 14.05.24 р.
Розділ 2	Дітріх І. В., доцент	 15.05.24 р.	 22.05.24 р.
Розділ 3	Дітріх І. В., доцент	 23.05.24 р.	 31.05.24 р.

7. Дата видачі завдання 8 травня 2024 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

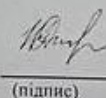
№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	ВСТУП РОЗДІЛ 1. ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІВЕНТ-ТЕХНОЛОГІЙ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ	08.05-14.05.2024р.	Виконано
2	РОЗДІЛ 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ГОТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСУ "ВЕРХОВИНА"	15.05.2024-22.05.2024р.	Виконано
3	РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ІВЕНТ-ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСУ "ВЕРХОВИНА"	23.05-31.05.2024р.	Виконано
4	ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ. СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСІВ.	01.06-03.06.2024р.	Виконано
5	Подання кваліфікаційної роботи на кафедрі	06.06.2024р.	Виконано

Здобувач


(підпис)

Анжеліка КОПОВСЬКА

Керівник роботи


(підпис)

Ірина ДІТРИХ

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

ІНФОРМАЦІЙНА КАРТКА

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Здобувача: Коповської Анжеліки Віталіївни

факультет готельно-ресторанного та туристичного бізнесу
імені проф. В.Ф. Доценка

денна форма здобуття освіти, спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»,
освітньо-професійна програма «Готельно-ресторанна справа»

Тема роботи: «*Особливості івент-технологій у готельному комплексі*»

Керівник роботи: Дітріх Ірина Вікторівна, доцент

Дата захисту “_____” червня 2024 р.

Робота захищена з оцінкою _____

АНОТАЦІЯ

В роботі досліджуються особливості івент-технологій, які використовуються в готельному комплексі "Верховина". Проведено аналіз існуючої івент-інфраструктури комплексу, івент-технології, які використовуються для організації та проведення заходів, оцінюється ефективність використання івент-технологій. На основі проведеного дослідження розробляються рекомендації щодо модернізації івент-інфраструктури та вдосконалення використання івент-технологій в готельному комплексі "Верховина".

Кваліфікаційна робота викладена на 61 сторінках комп'ютерного тексту та містить 4 таблиць, 2 рисунків.

Ключові слова: івент-технології, готельний комплекс, готельно-ресторанне господарство, організаційна структура, івент-індустрія.

ABSTRACT

The thesis examines the features of event technologies used in the Verkhovyna hotel complex. The analysis of the existing event infrastructure of the complex is carried out, the event technologies used for organizing and conducting events are studied, the effectiveness of the use of event technologies is evaluated. On the basis of the conducted research,

recommendations are being developed for the modernization of the event infrastructure and the improvement of the use of event technologies in the hotel complex "Verkhovyna".

The qualification work is laid out on 61 pages of computer text and contains 4 tables, 2 figures.

Keywords: event technologies, hotel complex, hotel and restaurant management, organizational structure, event industry.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІВЕНТ-ТЕХНОЛОГІЙ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ	9
1.1 Класифікація івент-технологій.....	9
1.2 Функції івент-технологій.....	19
1.3 Аналіз стану івент-технологій: зарубіжний та вітчизняний досвід.....	21
РОЗДІЛ 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ГОТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСУ “ВЕРХОВИНА”	26
2.1 Основна характеристика засобу розміщення.....	26
2.2.1 Юридична інформація.....	26
2.2.2 Організаційна структура підприємства та персонал.....	31
2.2.3 Характеристика послуг.....	35
2.2. Використання івент-технологій у готельному комплексі “Верховина”.....	39
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ІВЕНТ-ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСУ “ВЕРХОВИНА”	43
3.1 Модернізація івент-інфраструктури готельного комплексу.....	43
3.2 Розробка нових івент-послуг та їх впровадження.....	53
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	57
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСІВ ...	58

ВСТУП

Актуальність теми: Розвиток івент-індустрії в сучасному світі супроводжується постійними змінами та інноваціями. Готельний бізнес, який виступає одним із ключових сегментів івент-індустрії, використовує різноманітні стратегії та технології для організації різнопланових заходів – від конференцій та семінарів до весільних церемоній та корпоративних вечірок. Особливе значення набувають івент-технології, що забезпечують ефективну організацію та проведення заходів у готельному комплексі. Необхідності вивчення особливостей застосування івент-технологій у готельному бізнесі, оскільки це сприятиме підвищенню конкурентоспроможності готелю та забезпечить задоволення потреб сучасних гостей.

Аналіз цього питання дозволить виявити оптимальні підходи до організації та проведення івентів, а також розробити рекомендації щодо їх ефективного впровадження.

Постановка проблеми: Удосконалення підходів до івент-заходів для підприємства готельного та ресторанного бізнесу.

Мета дослідження: Покращення якості обслуговування завдяки вдосконаленню івент-технологій в готельному комплексі.

Завдання: полягає у системному аналізі особливостей івент-технологій у готельному комплексі, вивченні їх впливу на якість обслуговування гостей та розвиток бізнесу, а також у розробці пропозицій щодо оптимального використання технологій для досягнення стратегічних цілей готелю [1]. В сучасному світі івент-індустрія динамічно розвивається, пропонуючи нові можливості та формати проведення заходів. Впровадження сучасних івент-технологій стає ключовим фактором успіху для готельного бізнесу, адже це дозволяє комплексу:

Розширити спектр послуг: пропонуючи гостям не лише проживання, але й організацію та проведення різноманітних заходів, таких як конференції, семінари, вечірки, весілля.

Підвищити конкурентоспроможність: на ринку готельних послуг, де конкуренція постійно зростає, впровадження інноваційних івент-технологій може стати конкурентною перевагою.

Збільшити прибутки: організація та проведення заходів може приносити готельному комплексу значний додатковий дохід.

Покращити імідж: успішне проведення престижних заходів може значно покращити імідж готельного комплексу та зробити його більш впізнаваним на ринку [2].

Об’єкт дослідження – готельний комплекс “Верховина” м. Київ.

Предмет дослідження – Івент-технології у готельному комплексі.

РОЗДІЛ 1. ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВТКУ ІВЕНТ-ТЕХНОЛОГІЙ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ

1.1 Класифікація івент-технологій

Інформаційні технології мають велике значення для більшості галузей. У сучасних умовах ці технології вже широко використовуються в готельній індустрії, а ринок штучного інтелекту з кожним роком зростає. Для досягнення комерційного успіху в нинішніх економічних умовах були розроблені різноманітні передові ІТ-технології (хмара, мобільні сервіси, аналітика великих даних, високонавантажені системи). У сучасних умовах готельне господарство є галуззю господарської діяльності, яка забезпечує 1/10 світового продукту і розвивається шаленими темпами і в найближчі роки може стати однією з провідних галузей у світі.

Саме сфера індустрії гостинності задовольняє потреби в послугах, пов'язаних з організацією відпочинку та діяльності під час відпочинку.

Івент індустрія та цифровізація стає основним трендом, який проявляється в моделі, а також активно проникає в сферу автоматизації внутрішніх бізнес-процесів (розподіл завдань усередині команди, комунікації з клієнтами, електронні папки та меню). Номерний фонд та громадські зони також автоматизовані.

Сьогодні сучасні готелі це місця, де все створено виключно для зручного комфортного проживання гостей.

Поступово цифрові інновації стають новим стандартом готельних послуг. Але крім двох очевидних тенденцій: розвитку мобільних сервісів для гостей та запуску сервісів на базі гаджетів, цифровізація готелів також включає в себе впровадження передових рішень для аналітики і безпеки.

POS-системи готелів і цифрові системи безпеки відповідають за збір і аналіз даних про відвідувачів на різних рівнях. Використовуючи цю інформацію, готель може заохочувати постійних клієнтів, робити висновки про поведінку та уподобання гостей та готувати розширений аналіз. Цифрові системи безпеки

можуть не тільки відстежувати найменші порушення громадського порядку і моралі, а й надавати, наприклад, додаткову інформацію. Наприклад, в готелях Marriott є навігаційні маячки, які можуть ідентифікувати постійних відвідувачів (якщо встановлено додаток Marriott, за допомогою смартфонів користувача такі гості отримують знижки і спеціальні додатки).

В даний час існують інновації, про ефективність яких можна говорити але поки рано: вони більше відносяться до іміджевої складової, але в той час і залучають гостей.

Ось чому в готелі Pengheng Space Capsules Hotel в китайському Шеньчжень, весь персонал на стійці реєстрації та в ресторані був замінений роботами. Можливо, впровадження подібних послуг не є трендом завтрашнього дня, але певна закономірність технологічного розвитку індустрії гостинності вже змальовано на рисунку 1. Основні тенденції у застосуванні сучасних технологій на підприємствах індустрії гостинності цифровізації економіки.



Рис. 1. Технології використання сучасних технологій в індустрії гостинності

Використання хмарних технологій. Сьогодні все більше підприємств в індустрії гостинності віддають перевагу цим технологіям і замінюють ними використання локальних серверів. До основних недоліків традиційних технологій відносяться: локальний сервер вимагає регулярного обслуговування системним адміністратором, коли потреба в обчислювальних ресурсах зростає, то необхідно придбати новий сервер. Швидкість підключення залежить від швидкості роботи місцевого провайдера і є спільною для всіх, хто має доступ до сервера бази даних.

А ось використання хмарних технологій навпаки, має ряд переваг. Хмарні сервери обслуговуються фахівцями центру обробки даних, тобто фахівцями Data-центру. Заміни обчислювальної потужності є програмними і не вимагають фізичних дій. Доступ до бази даних обмежений лише правами доступу, тобто логіном та паролем. Швидкість доступу до даних обмежена лише швидкістю доступу конкретного користувача. Безперебійний доступ завдяки наявності в центрі обробки даних декількох резервних каналів зв'язку та в аварійних джерел енергозбереження.

Штучний інтелект. Як приклад використання цієї технології вже реалізована "розумний" номер (штучний інтелект, що регулює освітлення і температуру, що включає улюблену телепередачу клієнта або пригортає напоєм.

Використання роботів-дворецьких також визнано успішним в Японії. Штучний інтелект розпізнає десятки мов. Готель також може встановити пристрій, що відстежує розташування смартфона клієнта, щоб вивчити звички клієнта, розробити та передати відповідні команди обслуговуючому персоналу для задоволення потреб клієнта в момент його появи.

Штучний інтелект відіграє не менш важливу роль у підвищенні ефективності підприємств громадського харчування. Наприклад, кур'єрська логістика дозволяє проаналізувати час прибуття кур'єра і дати вказівку кухні приготувати страву, щоб вона була готова безпосередньо перед прибуттям кур'єра.

Штучний інтелект також дозволяє аналізувати роботу ресторанів і виявляти зловживання персоналу за сумою чеків, кількістю заявок на дисконтні карти, кількістю скасувань і вилучень чеків і їх складу.

Блокчейн. Ця технологія може бути використана для прийому платежів за послуги, що надаються з використанням "цифрових грошей". Також можна здійснювати ідентифікацію клієнтів готелів за допомогою блокчейна.

Рекламні технології (цифрові асистенти, Нано-блогери, чат-боти в соціальних мережах). Практично всі підприємства в індустрії гостинності починає замислюватися про використання чат-ботів для вирішення певних бізнес-завдань тим чи іншим способом. Як правило, ця технологія використовується для автоматичних відповідей на поширені запитання гостей. В якості першої лінії технічної підтримки. Консультація по WhatsApp на сайті, проведення опитувань та конкурсів. На сьогоднішній день реклама досить часто використовується різними блогерами, але найпопулярнішу пам'ятку індустрії гостинності починають набувати не блогери-"мільярдери", а наноблогери (блогери, кількість передплатників яких обмежена 10 тисяч чоловік). Це пов'язано з високим показником впливу на досить вузьку цільову аудиторію.

Технологія доповненої реальності. Стимулюйте покупку подорожей (не тільки для отримання ефекту перебування в готельному номері, але і для демонстрації навколишнього середовища і місцевих послуг за допомогою гарнітур віртуальної реальності).

Також віртуальна і доповнена реальність, в тому числі тактильна, може бути реалізована цифровим консьєржем для видачі рекомендацій клієнтам з різних питань і видів відпочинку (наприклад, для надання клієнтам можливості зануритися з аквалангом з використанням технологій віртуальної і доповненої реальності).

Поява відкритих програмних продуктів- Application Programming Interface, API. Його можна використовувати для забезпечення інтеграції між різними технологічними системами, що використовуються в готелях. API надає можливість одній технологічній системі в готелі автоматично (тобто без участі

персоналу готелю) взаємодіяти з іншою технологічною системою і отримувати доступ до її функціоналу.

Аналіз касових операцій. Основними цілями цієї технології є аналіз корпоративних відеоархівів, порівняння поведінки персоналу зі звітними журналами в системах бухгалтерського обліку, аналіз дотримання персоналом стандартів поведінки і скорочення випадків зловживань. В результаті проводиться деталізація порушень, Класифікація порушень, розробка заходів по боротьбі з порушеннями, регулярний аналіз з навчанням персоналу.

Аналіз мовних сценаріїв. Основними цілями цієї технології є запис розмов персоналу, аналіз дотримання персоналом стандартів поведінки і правильних технологій, виявлення найкращих продажів, виявлення кращих практик і скорочення часу обслуговування. Результатом є підвищення ефективності продажів, лояльності та задоволеності клієнтів, зниження витрат на обслуговування без шкоди для якості та аналітика.

Біометрія і розпізнавання осіб. використовується для ідентифікації та верифікації особистості клієнта. Технологія сканування особи при реєстрації в сервісі. Наприклад, для здійснення платежу може бути досить просто поглянути на камеру, встановлену на касі. В результаті використання цієї технології були реалізовані платежі без гаманців і банківських карт, підвищена швидкість обслуговування клієнтів і високий рівень безпеки.

Голосовий помічник. Прикладом може бути використання голосового помічника Alexa For Hospitality (у тестовому режимі), який зараз тестується мережею готелів Marriott. Для реалізації голосового асистента використовуються інтелектуальні колонки Echo, розташовані в кожному номері. Голосовий асистент дозволяє клієнту отримати всю необхідну інформацію про готель, замовити послуги прямо з номера, знайти інформацію про різні об'єкти (наприклад, фітнес-центр, басейн поруч з готелем), зв'язатися з консьєржем або на стійці реєстрації. Голосовий асистент також може бути налаштований для управління "розумними" технологіями, такими як регулювання температури

повітря, освітлення, підняття і опускання жалюзі, відтворення музики і управління телевізором.

Аутсорсинг послуг. В даний час ця технологія стає все більш популярною в індустрії гостинності. До переваг цієї технології можна віднести: співробітники взаємозамінні, що забезпечує безперервність надання послуг. Кваліфікація працівників, як правило, вища, ніж у середньому по ринку, або те, що може дозволити собі середній роботодавець. Оплачується тільки вартість послуги, а покупка і продовження програми не стосуються клієнта. Вартість послуг компенсується збільшенням бази витрат компаній індустрії гостинності, які знижують податки на прибуток [3].

Класифікація івент-технологій. Класифікація важлива при розгляді організаційних деталей івент-проекту. Різні підходи до систематизації заходів визначаються не тільки змістом і змістовною складовою заходу, а й іншими факторами, що впливають на деталі заходу. Серед них-мотиви і потреби в участі в заході, що також в значній мірі впливає на характеристики, властиві сучасному типу заходів, наприклад, бажання отримати задоволення або задовольнити амбіції бізнесу, вирішити проблеми. Мотивація-це сукупність зовнішніх і внутрішніх умов, які запускають активність цільової аудиторії або окремої людини і визначають її спрямованість.

Л. Зеленська виділяє наступні основні мотиви участі в заході: відпочинок; бажання весело провести час; потреба в придбанні знань і прикладних навичок; потреба в отриманні інформації; обмін новинами та ідеями; спілкування, особисті знайомства; задоволення ділових і особистих амбіцій; азарт; саморозвиток, самоосвіта, самореалізація; прагнення вирішувати проблеми (естетичні, освітні, комунікативно-психологічні) [4].

Два українські дослідники О. Хитрова Ю. Харитонова запропонували класифікацію івентів і розділили їх на дві групи. Перша група, B2C (англ. Business-to-Consumer), - це всі заходи, розраховані на масову цільову аудиторію (масових споживачів). До цієї групи дослідники віднесли корпоративні заходи, спортивні змагання, фестивалі, концерти та виїзні заходи. Друга група-це B2B

(англ. Business-to-business) - заходи ділового характеру, такі як конференції, з'їзди, форуми, симпозиуми, круглі столи, семінари, презентації, тренінги, майстер-класи, прес-конференції, ділові зустрічі, мотиваційні заходи туристичного характеру [5].

Група українських науковців з керівником Ю. Дьяченко виділили типи заходів:

1. Ділові (з'їзди, форуми та конгреси);
2. Навчальні або освітні: (конференції, форуми, наради, конгреси, з'їзди, тренінги)
3. Розважальні: (корпоративні свята)
4. Урочисті заходи: (церемонії, нагородження, святкування пам'ятних дат)
5. Благодійні заходи
6. Масові заходи: (Міські свята, карнавали, фестивалі, ярмарки, виставки, концерти)
7. Спортивні заходи
8. Політичні: (саміти, прийом VIP-гостей, виїзні заходи, презентації)[6].

А. Назімко всі івенти поділяє на наступні групи:

1. Культурно-громадські свята. Культура дозволяє ідентифікувати людські спільноти та групи за стилем їх життя і розрізняти їх за допомогою ритуалів, традицій та свят. Сюди відносяться урочисті церемонії (наприклад, День пам'яті), карнавали (карнавалу Ріо-де-Жанейро), фестивалі, релігійні заходи, паради та процесії.

2. Державні та політичні свята. Наприклад, церемонія інавгурації президента, коронації монарха тощо.

3. Шоу-програми та культурно-мистецькі заходи. Цей вид заходів надає широкий спектр розваг, і, як правило, має на меті отримання прибутку. Як приклад, можна назвати фестивалі мистецтв, мистецькі виставки;

4. Ділові та торгівельні заходи. Це різні конференції, зустрічі, благодійні заходи, вуличні ринки, виставкові стенди, розпродажі, ярмарки.

5. Освітні та наукові заходи. Даний вид заходів насамперед, спрямований на освітні цілі та наукове співробітництво (наприклад, наукові конференції, зустрічі, тренінги, семінари, наукові зустрічі, симпозіуми).

6. Спортивні заходи. Різновидом цих заходів є різні за рівнем (місцевий, регіональний, національний, світовий) спортивні змагання.

7. Рекреаційні (оздоровчі) заходи. Подібні заходи орієнтуються на задоволення від проведення заходу з користю для здоров'я та сприяють згуртуванню колективу. Це різні пікніки, екскурсії, походи, заміські прогулянки, екскурсії, спортивні ігри.

8. Приватні події. Такі свята влаштовуються для окремих людей, колективів, компаній, сім'я (наприклад, корпоратив, весілля)[7].

Британський вчений Г. Боудін у своїй роботі “Events Management” Боудін визначає види івентів відповідно до таких критеріїв, як розмір і масштаб заходу, зміст заходу і відповідно до перших ознак дослідники пропонують такі типи заходів, як локальні заходи (в тому числі локальні заходи, орієнтовані на громадську аудиторію), національно значущі події (великі заходи, які можуть викликати інтерес у значного числа відвідувачів і засобів масової інформації). Halmark заходи (місцева історія) і мега івенти (глобальні події з глобальним впливом). На думку вченого, залежно від змісту заходу можна виділити культурні, спортивні та ділові івенти [8].

Український вчений і. Пархоменко зазначає, що, незважаючи на значну кількість різних класифікацій заходів, вони відзначені певними загальними рисами. Тому найчастіше при створенні типової класифікації використовуються такі ознаки таких заходів, як характер заходів. Масштаб; Місце проведення; зміст; періодичність проведення; тематичний склад учасників; характер взаємодії учасників; тематичний склад організаторів і координаторів; національний склад учасників, організаторів і координатори; прихильність до місця проведення; рівень новизни; форма взаємодії учасників; орієнтація за часом; особливості фінансування; повнота [9].

Існує близько 30 груп заходів, таких як культурні, громадські, державні, політичні свята, шоу-програми, культурні, мистецькі, ділові, торгові, освітні, наукові, спортивні, оздоровчі та приватні заходи. Залежно від формату події, ви можете розрізнити онлайн - та офлайн-події.

При існуючій класифікації об'єкт управління заходами більш ретельно вибирає тип заходу відповідно до конкретних цілей, завдань, доступних ресурсів, існуючих обмежень і майбутніх заходів незалежно від типу обраної класифікації, використання заходів в діяльності установ соціокультурної сфери бажано, якщо планування і реалізація заходів належним чином структурована [10].

Класична, розповсюджена event - технологія це перетворення заходу шляхом допоміжних ефектів в щось абсолютно виняткове з точки зору відвідувачів. В основу успіху івент-технології покладено ретельне планування та бездоганна організація кожного заходу.

Винятковість події приносить додаткову вигоду, яка проявляється після часу, коли стає ясно, що можливі збої та невдачі вдалося попередити, і підтверджується виправданість заходу.

Поняттю event властиві такі стійкі характеристики:

- цей захід сприймається як виняткова подія;
- позитивне сприйняття спонукає відвідувачів до активності;
- запорука успіху – ретельна організація та сплановане інсценування.

Класифікація івент-технології:

Розважальні заходи:

Вони поділяються на:

Масові, тобто (рекламні та промо-кампанії); презентації; календарні свята; клубні вечірки; спортивні заходи; концерти; міські свята; церемонії.

Корпоративні: календарні свята; внутрішні свята; заміський відпочинок.

Приватні заходи: весілля; дитячі свята; дні народження; календарні свята.

Ділові заходи:

Власне ділові заходи: виставки; презентації; «круглі столи»; конференції; PR-заходи, зокрема прес-конференції; Церемонії.

Корпоративні ділові заходи: team - building; тренінги; зустрічі та обіди з діловими партнерами; діловий та інсентив-туризм [11].

Для використання організаторами подій була запропонована концептуальна модель івент-технології, що охоплює основні напрямки і дії від зародження ідеї до повного завершення заходу і кінцевого результату. Заплановані заходи – це просторово-часові явища, кожна з яких унікальна завдяки взаємодії навколишнього середовища, громадськості та системи управління, включаючи розробку окремих елементів програми [12].

На рисунку 1 представлена концептуальна модель технології організації проведення заходів. Пропонована модель відноситься до актуальних саме для підприємств та їхніх відділів, що надають спеціальні місця, такі як конференц-зали, виставкові зали, готелі, стадіони та інші майданчики.

Наведена вище концептуальна модель містить набір елементів, взаємозв'язок яких є основою будь-якого заходу. Розглянемо кожен елемент концептуальної моделі технології, яка організовує заходи. Як відомо, пропозиція ідей для проведення заходу зазвичай відбувається відповідно до стратегії розвитку компанії, маркетингової стратегії та інструментів для її реалізації.

Ідея полягає в творчому пошуку нетрадиційного, креативного підходу до пошуку формату і способу проведення заходу, який повинен стати по-справжньому унікальним, особливим подією для зацікавлених компаній і приватних осіб у кожного свої погляди на один і той же захід, але при цьому буде досягнуто оптимальне спільне рішення, тому бажано залучити до цього процесу більше одного фахівця.

Рішення про проведення заходу на основі визнаної ідеї має включати в себе мету того, чого організатори хочуть досягти в кінцевому результаті, зокрема глобальних досягнень у стратегічному розвитку (нові продукти, інноваційні технології, залучення інвестицій, підвищення уваги до компанії на ринку, престиж, імідж). Інші показники можуть включати цілі, які розкривають індивідуальні, колективні, соціальні чи політичні процеси чи приватні інтереси [13].

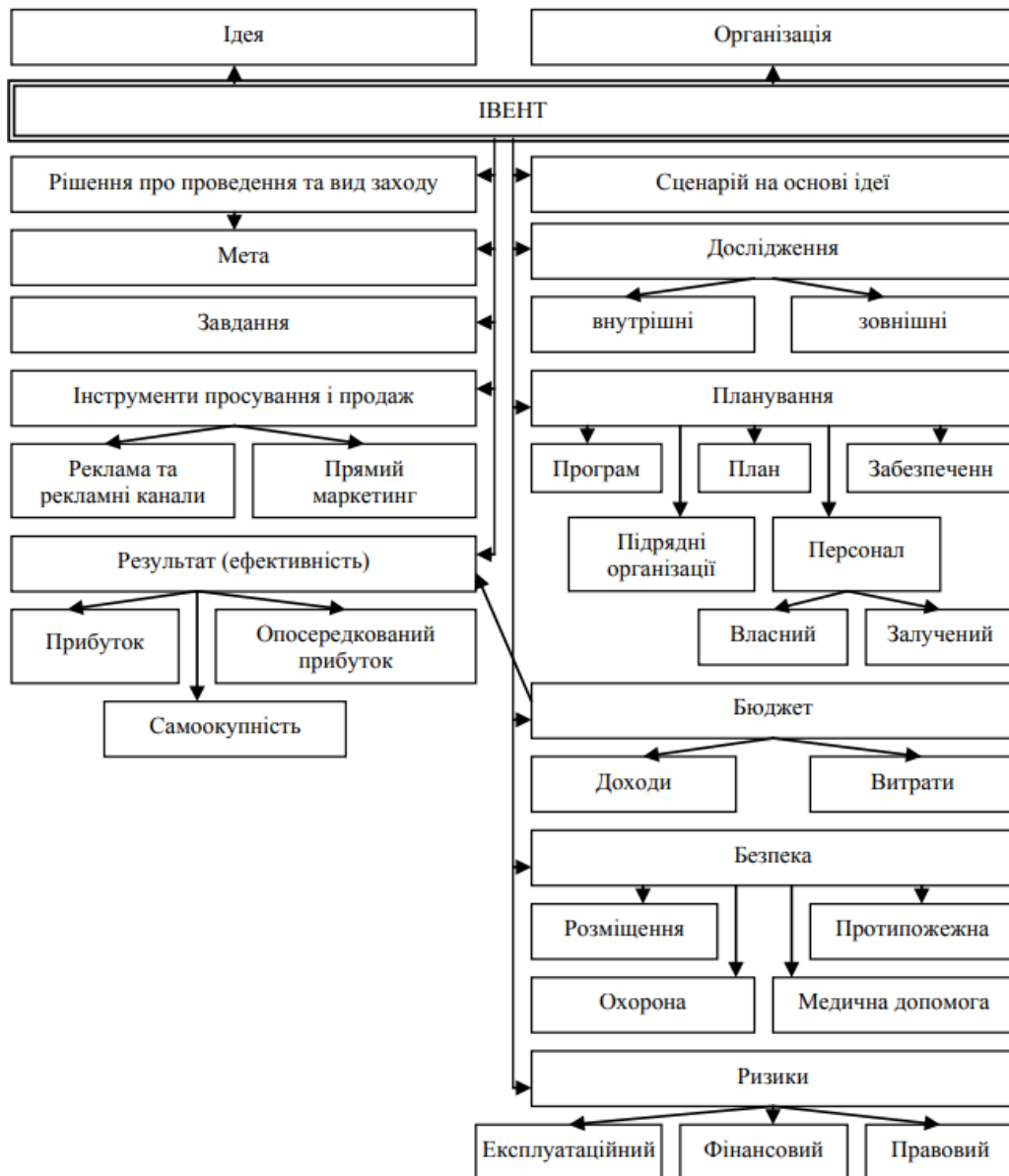


Рис. 2 Концептуальна модель технології організації проведення подій.

1.2. Функції івент-технологій

Івент-технології це своєрідний комплекс інструментів, методів та заходів, які використовуються для планування, організації та проведення різноманітних подій, таких як корпоративні заходи, конференції, фестивалі, спортивні змагання, виставки тощо. Їх функції можуть бути класифіковані за кількома критеріями. Ось основні функції івент-технологій:

Організаційна функція:

Планування: Включає розробку концепції заходу, визначення його мети, аудиторії, місця проведення та бюджету.

Координація: Залучення та управління командою організаторів, підрядниками, волонтерами.

Логістика: Організація технічного забезпечення, транспорту, розміщення учасників, кейтерингу, безпеки.

Комунікаційна функція:

Просування: Розробка і реалізація рекламної кампанії, використання соціальних медіа, PR-активностей для залучення учасників.

Інформаційна підтримка: Забезпечення учасників інформацією про захід до, під час та після його проведення.

Зворотний зв'язок: Збір відгуків від учасників для оцінки успішності заходу та подальшого вдосконалення.

Економічна функція:

Фінансове планування: Визначення джерел фінансування (спонсори, квитки, гранти), складання бюджету та контроль витрат.

Монетизація: Продаж квитків, товарів, послуг, залучення спонсорів та партнерів.

Аналіз рентабельності: Оцінка фінансових результатів заходу та його економічної ефективності.

Соціальна функція:

Спільнота: Створення та зміцнення спільноти навколо певних інтересів чи тематики заходу.

Інклюзивність: Забезпечення доступності заходу для різних груп населення, включаючи людей з інвалідністю.

Соціальна відповідальність: Реалізація заходів, спрямованих на підтримку суспільно важливих ініціатив та благодійних проєктів.

Креативна функція:

Інновації: Впровадження нових ідей та технологій для створення унікального досвіду для учасників.

Дизайн та оформлення: Розробка концепції дизайну, декорацій, освітлення, звукового супроводу, які створюють атмосферу заходу.

Контент: Створення та управління контентом (програма виступів, розваги, освітні сесії).

Технологічна функція:

Використання сучасних технологій: Інтеграція IT-рішень для реєстрації учасників, систем управління заходом, мобільних додатків, віртуальної та доповненої реальності.

Онлайн-заходи: Організація віртуальних подій, вебінарів, стрімінгів.

Аналітика та звітність: Використання аналітичних інструментів для збору даних про учасників, їх активність, оцінка ефективності заходу.

Ці функції івент-технологій сприяють ефективному плануванню, організації та проведенню заходів, забезпечуючи високу якість та задоволення потреб учасників [14].

1.3 Аналіз стану івент-технологій: зарубіжний та вітчизняний досвід

Багато подій, які сьогодні сприймаються як щось само собою зрозуміле, тим чи іншим чином відбуваються протягом сотень років. Найдавнішими ознаками івент-менеджменту є: організація різних заходів і зборів людей в основному сприяла зміцненню миру і дружби племен і кланів. До них відносяться різні ярмарки, фестивалі, спортивні змагання, виставки та інші форми суспільного святкування.

Платформа для організації заходів LocalHop стверджує, що становлення івент-технологій слід розглядати з часів Стародавнього Єгипту, і до наших днів це все ще триває. Наприклад, пропливаючи по Нілу на човні, наповненому свічками і духами, Клеопатра хотіла справити тривале враження на Марка Антонія, зробивши цю подію першим кроком до її так звані "маркетингові кампанії".

Використання елементів івент-технологій продовжилося французами в середні століття аристократи і високопоставлені особи в оформленні вечірок і розважальних заходів того часу. Серед цілей середньовічної івент-технології, крім розваги та забави був також розвиток політичних відносин,

соціокультурний розвиток певних сегментів населення, міжнародні відносини та їх зміцнення.

Захід зазвичай проводився багатими жінками-аристократками, і до них приєдналися чоловіки. Найвидатніші люди серед організаторів заходу в той час була мадам Помпадур, коханка короля Франції Людовика XV, і королева Франції Марія-Антуанетта. Тематика вечірки була пов'язана з костюмами.

Промислова революція створила потребу в більшій кількості конференцій та заходів їх кількість збільшилася, а їх масштаби розширилися і вийшли за рамки звичайних вечірок членів королівської сім'ї і аристократії. Індустріалізація зміцнила економіку багатьох країн, зробила збільшення обсягів виробництва і продажів. Цей період ознаменував початок бурхливого розвитку багатьох країн. Бізнесменам і впливовим людям стало необхідно проводити зустрічі та заходи.

Населення стало заробляти більше грошей, а це значить, що на них можна багато витратити на події. Сучасний підхід до організації заходів з'явився після впровадження мобільних технологій. Телефон та інтернет мали значний вплив на хід процесу організації та планування івенту. За допомогою новітніх технологій і електронних пристроїв спілкування між учасниками та організаторами івентів може здійснюватися в будь-який час доби з будь-якої точки світу.

Івент-менеджмент в Україні розвивається набагато повільніше, ніж у світі. Невелика кількість компаній використовують елементи івент-технології в своїй роботі тим самим, просувають свій основний бізнес. На державному рівні Україна також має дещо менше досвіду організації великих культурних та громадських заходів у порівнянні зі світовими лідерами в індустрії заходів. Але сьогодні на території нашої держави проводиться безліч заходів. До них відносяться музичні фестивалі, наукові конференції та виставки, міжнародні саміти, освітні семінари, концерти, суспільно-політичні виступи, економічні форуми і багато інших. Всі ці заходи сприяють зміцненню економіки країни, міжнародному співробітництву, соціально-культурному та освітньому розвитку населення. Більшість заходів, що проводяться в Україні в рамках івент-індустрії,

присвячені поширенню інформації та національних традицій та культурних особливостей серед молоді. Серед них-українські вистави, різдвяні ярмарки, великодні урочистості, фестивалі, книжкові форуми, фестивалі народних інструментів України, фестивалі фольклору та етнології, туристичних ярмарок. Як і в усьому світі, музичні фестивалі є найпопулярнішими в Україні, сюди входить рок-музика, народні пісні, джазові композиції, класика та багато іншого. Крім музичних фестивалів, в Україні стали частіше проводити освітні форуми, торговельні виставки, міжнародні туристичні зібрання, що має позитивний вплив на залучення додаткових інвестицій в країну, а також для посилення міжнародної співпраці. Розвиток MICE сектору виводить український івент-менеджмент на новий рівень, коли бізнес вже не може від'єднано функціонувати від івент-ринку. Для успішного ведення MICE необхідна велика кількість якісного та зручного приміщення, для проведення ділових подій [15].

Аналіз стану івент-технологій вимагає розгляду як зарубіжного, так і вітчизняного досвіду, оскільки розвиток цієї галузі значно варіюється залежно від регіону, технологічного розвитку та економічних умов. Ось ключові аспекти обох контекстів:

Зарубіжний досвід

Технологічні інновації:

Віртуальні та гібридні заходи: З розвитком технологій та в умовах пандемії COVID-19, багато заходів перейшли в онлайн-формат. Використання платформ для віртуальних заходів (Zoom, Microsoft Teams) стало звичним.

Інтеграція AR/VR: Використання доповненої та віртуальної реальності для створення інтерактивного та залучаючого контенту. Наприклад, віртуальні тури по виставках або інтерактивні презентації продуктів.

AI та Big Data: Аналіз великих обсягів даних для персоналізації досвіду учасників та підвищення ефективності заходів. Використання штучного інтелекту для оптимізації логістики, маркетингу та взаємодії з учасниками.

Організаційні підходи:

Сталий розвиток: Зарубіжні організатори активно впроваджують практики сталого розвитку, такі як мінімізація відходів, використання екологічних матеріалів та зменшення вуглецевого сліду заходів.

Інклюзивність: Велика увага приділяється забезпеченню доступності заходів для людей з інвалідністю та створенню безпечного середовища для всіх учасників.

Економічні моделі:

Спонсорство та партнерства: Розвиток стратегій залучення спонсорів та партнерів для фінансової підтримки заходів, включаючи брендинг, спільні акції та інші форми взаємодії.

Монетизація контенту: Використання платних вебінарів, ексклюзивного контенту та інших методів монетизації для покриття витрат на організацію заходів.

Для прикладу можна навести готель Four Seasons Hotel London at Park Lane: де за допомогою штучного інтелекту проводяться стрімінги заходів в прямому ефірі, гібридні заходи з офлайн та онлайн-компонентами, також використовують для автоматизації завдань, пов'язаних з організацією заходів.

The Peninsula Hong Kong використовує мобільний додаток з можливістю бронювання послуг та спілкування з персонгалом.

Вітчизняний досвід

Технологічні адаптації:

Онлайн-формати: Українські організатори також активно впроваджують онлайн- та гібридні формати. Популярними стали місцеві платформи для вебінарів та онлайн-конференцій.

Локальні інновації: Використання доступних технологічних рішень, таких як стрімінгові сервіси, соціальні мережі для просування заходів та онлайн-реєстрації.

Організаційні підходи:

Спільноти та нетворкінг: Велика увага приділяється розвитку спільнот та створенню мереж для обміну досвідом. Наприклад, численні бізнес- та технологічні конференції, що проводяться в Україні.

Волонтерські ініціативи: Активне залучення волонтерів до організації заходів, що сприяє їхньому проведенню та створенню соціального капіталу.

Економічні моделі:

Державна підтримка: Часто заходи отримують фінансування від державних програм, спрямованих на підтримку культури, науки, спорту.

Місцеве спонсорство: Вітчизняні компанії активно підтримують локальні події, що дозволяє організаторам забезпечити фінансову стабільність заходів.

Спільні тенденції

Диджиталізація: Незалежно від регіону, диджиталізація стає ключовим трендом у розвитку івент-технологій, включаючи використання мобільних додатків, соціальних мереж та онлайн-платформ.

Персоналізація: Використання даних для створення персоналізованих досвідів для учасників, що підвищує їхню залученість та задоволеність.

Безпека: Після пандемії питання безпеки учасників, включаючи санітарні норми та кібербезпеку, стали пріоритетними для організаторів заходів.

Таким чином, зарубіжний та вітчизняний досвід у сфері івент-технологій має свої особливості, але спільні тенденції показують загальний напрям розвитку цієї галузі, спрямований на інновації, сталий розвиток та підвищення якості організації заходів .

У вітчизняному досвіді прикладом можуть слугувати деякі готелі, наприклад:

Fairmont Grand Hotel у місті Київ має мобільний додаток з інформацією про послуги, карти готелю та розклади заходів.

Отже, івент-технології активно використовуються як і зарубіжними, так і вітчизняними готелями. І це дозволяє готелям залучати нових клієнтів, завдяки більш ефективному плануванню та проведенню заходів, а також за рахунок залучення ширшої аудиторії, готель може збільшити свій прибуток від проведення заходів. [16].

РОЗДІЛ 2.

ХАРАКТЕРИСТИКА ГОТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСУ “ВЕРХОВИНА”

2.1 Основна характеристика засобу розміщення

2.2.1 Юридична інформація

Готельний комплекс "Верховина" розташований у мальовничій лісо-парковій зоні поблизу української столиці. Комплекс знаходиться у зручному місці в Київській області, Петропавлівська Борщагівка, на вулиці Петропавлівська 24. Поблизу комплексу знаходяться станції метро “Академмістечко” та “Житомирська”. Це дозволяє легко дістатися до нього з будь-якої точки міста і забезпечує зручну доступність для відвідувачів.

Територія і природа. Екологія і чистота, гастрономія і чуттєвий відпочинок. Розваги і спокій. Цей готельний комплекс зібрав у собі перелік послуг, який без жодних сумнівів здатний задовольнити будь-які смаки та створити незабутній відпочинок [17].

Готельний комплекс "Верховина" має категорію 3 зірки. Та форму власності: фізична особа підприємець.

Номерний фонд готельного комплексу

В готельному комплексі “Верховина” представлені різні категорії номерів, які підтверджують їх зірковість.

Таблиця 2. Характеристика номерного фонду готельного комплексу “Верховина”.

Категорія	К-ть номерів	Характеристика
Люкс DBL	35	Загальна площа: 35 м ² Ліжко: Велике ліжко Зручності: Wi-Fi, прасувальні принадлежности, кондиціонер, душова кабіна, фен, електричний чайник, телевізор з плоским екраном, холодильник, шафа / гардероб, послуга «Будильник», капці, туалетні принадлежности
Люкс TWIN	25	Загальна площа: 35 м ² Ліжко: 2 окремих ліжка Зручності: Wi-Fi, холодильник, ванна або душова, електричний чайник, фен, телевізор з плоским екраном, кондиціонер, прасувальні

		приналежності, капці, послуга «Будильник», шафа / гардероб, туалетні принадлежности
Стандарт комфорт двомісний	20	Загальна площа: 20-23 м ² Ліжко: Велике ліжко Зручності: Wi-Fi, душова кабіна, кондиціонер, шафа / гардероб, холодильник, телевізор з плоским екраном, прасувальні принадлежности, фен, електричний чайник, туалетні принадлежности, капці, послуга «Будильник»
Стандарт одномісний	10	Загальна площа: 18 м ² Ліжко: Полуторне ліжко Зручності: капці, душова кабіна, Wi-Fi, шафа / гардероб, фен, телевізор з плоским екраном, холодильник, туалетні принадлежности, прасувальні принадлежности, електричний чайник, кондиціонер, послуга «Будильник»
Стандарт покращений DBL	30	Загальна площа: 20 м ² Ліжко: Велике ліжко Зручності: Туалетні принадлежности, Wi-Fi, душ, кондиціонер, фен, електричний чайник, телевізор з плоским екраном, прасувальні принадлежности, послуга «Будильник», телефон, шафа / гардероб, душова кабіна, капці
Стандарт покращений TWIN	30	Загальна площа: 20-23 м ² Ліжко: 2 окремих ліжка Зручності: Холодильник, кондиціонер, фен, Wi-Fi, прасувальні принадлежности, капці, телевізор з плоским екраном, послуга «Будильник», електричний чайник, шафа / гардероб, душова кабіна, туалетні принадлежности
Стандарт покращений одномісний	20	Загальна площа: 18 м ² Ліжко: Одномісне ліжко Зручності: Телефон, Wi-Fi, туалетні принадлежности, прасувальні принадлежности, кондиціонер, послуга «Будильник», телевізор з плоским екраном, холодильник, фен, електричний чайник, шафа / гардероб, капці
Стандарт TWIN	10	Загальна площа: 20-23 м ² Ліжко: 2 окремих ліжка Зручності: Шафа / гардероб. Wi-Fi. туалетні принадлежности, прасувальні принадлежности, душ, кондиціонер, телевізор з плоским екраном, капці, послуга «Будильник», фен, холодильник, електричний чайник
Стандарт тримісний	15	Загальна площа: 20-23 м ² Ліжко: 3 окремих ліжка

		Зручності: Холодильник, шафа / гардероб, Wi-Fi, туалетні приналежності, прасувальні приналежності, капці, кондиціонер, фен, послуга «Будильник», електричний чайник, телевізор з плоским екраном, душова кабіна
Сімейний люкс двомісний	25	Загальна площа: 40 м ² Ліжко: 2 окремих ліжка, Велике ліжко Зручності: Wi-Fi, кондиціонер, прасувальні приналежності, душова кабіна, капці, телевізор з плоским екраном, послуга «Будильник», фен, холодильник, шафа / гардероб, електричний чайник, туалетні приналежності
Сімейний покращений двокімнатний	30	Загальна площа: 40 м ² Ліжко: 2 окремих ліжка, Велике ліжко Зручності: Капці, туалетні приналежності, душова кабіна, прасувальні приналежності, кондиціонер, телевізор з плоским екраном, послуга «Будильник», фен, холодильник, шампунь, шафа / гардероб, електричний чайник, ванна кімната

Номерний фонд готелю має 250 сучасних номерів в європейському стилі, при цьому готель може одночасно розмістити до 400 осіб. Всі номери розташовані в п'яти корпусах. Також комплекс пропонує: затишний ресторан, сучасні зали для проведення конференцій та ділових зустрічей (9 залів, де найбільший зал складає 300 місць (350 кв.м); професійний конференц сервіс, розкішні банкетні зали (9 залів , від 20 до 400 місць); зона паркування на 200 авто [18].

Ресторан комплексу має затишну і приємну атмосферу. Інтер'єр оформлений зі смаком, створюючи затишну атмосферу для гостей. Тут панує дружній і затишний настрій, що робить його ідеальним місцем для зустрічі з друзями, бізнес-ланчів або вечері вдвох.

Меню ресторану пропонує різноманітні страви. Воно включає в себе як класичні страви, так і авторські, задовольняючи різноманітні смакові уподобання гостей. Ресторан славиться своїми смачними десертами та великим вибором напоїв, включаючи каву, чай та коктейлі. А також виробництвом власних напівфабрикатів.

Команда привітна, уважна та професійна. Співробітники завжди готові надати поради щодо вибору страв і напоїв, а також забезпечити якісне обслуговування від початку до кінця відвідування. Гості почувуються комфортно завдяки дружньому персоналу. Цінова політика пропонує адекватні ціни на свої страви та напої, що відповідає якості продукції та рівню обслуговування. Розумні ціни роблять цей ресторан доступним для широкого кола відвідувачів.

Фірму ТОВ "ВЕРХОВИНА", код ЄДРПОУ 19035202, було зареєстровано 14.05.2003. Розмір статутного капіталу компанії складає 2 679 036,08. На момент останнього оновлення даних 23.04.2024 стан компанії - Не перебуває в процесі припинення.

Керівником компанії ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "Верховина" є Іскрак Леонід Олександрович, Іскрак Яна Леонідівна. Організаційно-правова форма компанії ТОВ "Верховина" - ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ. Основний вид діяльності (КВЕД) – 56.10 Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування [19].

За аналізом сайту можна зробити детальний відгук гостей. Згідно відгукам, гості задоволені готельним комплексом і обслуговуванням персоналу. Більшість відгуків говорять про доброзичливий та корисний персонал котрий завжди радий допомогти та відповісти на будь яке ваше питання.

На такому сайту як Booking.com інформація про готельний комплекс "Верховина" на 2022-й та 2023-й рік представлений перелік всіх основних і додаткових послуг із зазначенням цінової політики. Сайт надає середню оцінку 7,5 з 10 (задовільно). Саме за такими категоріями як: зручність, розташування, комфорт, ціна/якість за відгуками гостей. Відгуки гостей спрямовані на тишу, яка панує у готелі, низькі ціни на проживання, гарний вигляд на сосновий ліс прямо з балкону номеру. Проте, гості звертають увагу на відсутність ряду додаткових послуг, що знижує середній рейтинг готельного комплексу серед конкурентів. Отже, виходячи з усього вищесказаного, готель може підтримувати

необхідний рівень додаткових послуг, завдяки великій кількості номерів і дуже невеликому потоку відвідувачів в низький сезон. Проаналізувавши характеристики готелю, можна відтворити всю інформацію про переваги та недоліки готельного комплексу у вигляді SWOT-аналізу [20].

Табл. 2.2. SWOT-аналіз готельного комплексу “Верховина” за відгуками завдяки сайту Booking.com

SWOT-аналіз

	Сильні сторони	Слабкі сторони
Внутрішнє середовище	<ul style="list-style-type: none"> - Популярний готельний комплекс за містом з наявністю великого номерного фонду для людей різного рівня достатку; - Великий досвід на ринку в сфері готельного бізнесу; - Привабливе розташування комплексу щодо пам’яток міста та транспортного розв’язування; - Велика територія комплексу, що дає змогу проводити бізнес-зустрічі, конференції та семінари. 	<ul style="list-style-type: none"> - Не велика різноманітність додаткових послуг; - Відсутність чіткого стратегічного напрямлення розвитку готелю; - Невідповідність в метражі деяких категорій номерів готелю згідно ДСТУ; - Відсутність відділу по зв’язку з суспільством; - Застаріле обладнання в деяких корпусах готельного підприємства.
Зовнішнє середовище	Можливості	Загрози
	<ul style="list-style-type: none"> - Збільшення економічної ефективності роботи за рахунок інноваційного впровадження; - підвищення якості послуг, що надаються; - Велика кількість приміщень; 	<ul style="list-style-type: none"> - Недостатньо розвинена туристична інфраструктура в Київській області; - Зріст плати на комунальні послуги; - Ризик простою номерного фонду в реалізації; - Зростаючий конкурентний тиск.

	- Можливість зростання ринку готельних послуг за рахунок наявної інфраструктури.	- Нестабільність економічного середовища.
--	--	---

2.2.2 Організаційна структура підприємства та персонал

Організаційна структура підприємства — це модель, яка пояснює взаємовідносини між працівниками або цілими підрозділами. Організація структури готельної індустрії, передбачає поділ послуг на окремі операції і поділ персоналу підприємства на групи, відповідальні за окремі зони обслуговування. У той же час координація та управління окремими ділянками необхідні для забезпечення цілісності процесу

1) Служба прийому і розміщення, яка бере активну участь у створенні першого враження гостя про даний заклад розміщення та її діяльність є безумовним фактором культури обслуговування. При поселенні старший адміністратор обговорює з гостем ціни за номер, наявність попереднього бронювання, терміни розміщення, порядок оплати (для пришвидшення процесу виїзду), стежить за правильністю заповнення необхідних документів. Завдання керівника служби контролювати весь процес прийому та розміщення гостей. До складу даної служби входять старший адміністратор, чергова по поверху, покоївки.

2) Служба експлуатації номерного фонду, яка займається вирішення питань, пов'язаних з бронюванням і розміщення в номерах гостей, а також відправка їх додому. Забезпечує обслуговування туристів у номерах, підтримує санітарно-гігієнічний стан номерів і рівень комфорту житлових приміщення, займається наданням побутових послуг. Склад даної служби: завідувач господарською частиною, швачка, прибиральниця, прачка, швейцар.

3) Фінансова служба Дана служба вирішує питання фінансового характеру: рівень забезпеченості гостей, отримує звіти від касирів з кожної торгової точки, включаючи службу харчування, сувенірні кіоски, пункти додаткового обслуговування. Фінансова служба веде єдиний фінансовий облік підприємства

(доходи від всіх торгових точок, витрат і доходів, ведення операцій з обліку оплачуваного робочого часу та інше). Склад служби: старший бухгалтер, бухгалтер, менеджер з питань надання послуг. До додаткових служб можна віднести перукаря, манікюрного майстра.

4) Служба безпеки виконує функцію підтримки порядку і безпеки в готелі. Ці обов'язки в готелі «Верховина» виконують працівники організації, яка спеціалізується на діяльності даного типу.

5) Служба харчування є також однією з обов'язкових служб готелю і складається з ресторану, бару, підрозділу з обслуговування банкетів, виробництва (безпосередньо кухні). Дана служба забезпечує гостей послугою харчування цілодобово.

б) Служба маркетингу, яка займається розробкою та впровадженням маркетингової стратегії підприємства. Одним з основних документів, що визначає взаємовідносини між адміністрацією, службовцями готельного комплексу і споживачем є «Правила надання готельних послуг» готелем «Верховина». Вони розроблені у відповідності із законом України «Про захист прав споживачів» [21].

Персонал відіграє важливу роль в організації роботи готельно-ресторанного комплексу «Верховина». Команда відмінних співробітників, яка добре знає свою роботу, є гарною перевагою для закладу і багато функцій виконує персонал готельного та ресторанного бізнесу. Безпосереднє спілкування з гостями, а також пов'язані з передачею важливої інформації між різними структурами. Це означає, що все залежить від рівня кваліфікації та якості виконання своїх посадових обов'язків залежить рівень задоволеності клієнтів, загальний імідж закладу та прибутковість.

У таблиці 2.3 представлена структура обслуговування клієнтів в готельному комплексі "Верховина" в залежності від посади та обов'язків.

**Табл. 2.3. Посадові обов'язки персоналу готельного комплексу
“Верховина”.**

Посада	Посадові обов'язки
Директор	<ul style="list-style-type: none"> - організовує роботу і забезпечує економічну ефективність діяльності готелю; - здійснює контроль за якістю обслуговування гостей, обліком, розподілом і правильним використанням житлових номерів; - спрямовує роботу персоналу і служб готелю; - забезпечує рентабельне ведення готельного господарства; - організовує роботу з проведення капітального та поточного ремонту; - здійснює організацію і координацію діяльності ресторану;
Головний адміністратор	<ul style="list-style-type: none"> - контроль за роботою підпорядкованого персоналу; - координування роботи персоналу відповідно до їх функціональних обов'язків; - розробка графіків роботи персоналу служби; - вирішення конфліктних ситуацій та проблем гостей; - аналіз стану зайнятості номерного фонду;
Черговий адміністратор	<ul style="list-style-type: none"> - реєстрація гостей; - надання повної інформації про функціонування готелю, асортименту додаткових послуг та режиму роботи всіх підрозділів закладу; - приймання телефонних дзвінків для бронювання номерів; - надання необхідної допомоги гостям.
Адміністратор ресторану	<ul style="list-style-type: none"> - організація ефективної роботи ресторану;

	<ul style="list-style-type: none"> - керівництво персоналом (складання графіків роботи, навчання, контроль робочих процесів і дотримання стандартів закладу); - спілкування з відвідувачами; - оформлення необхідних документів і звітності
Офіціант	<ul style="list-style-type: none"> - підготовка та оформлення столів; -допомага гостям закладу здійснювати вибір страв; - подає замовлені страви і напої; - проводить розрахунок з гостями
Старша покоївка	<ul style="list-style-type: none"> - здійснення контролю за станом приміщень загального користування та номерів; - розподіл виробничих завдань згідно професійних обов'язків; - контроль за цілістю майна та інвентарю; - ведення технічної документації;
Покоївка	<ul style="list-style-type: none"> - прибирання і провітрювання номерів відповідно нормам; - заміну постільної білизни та рушників; - контроль за наявністю у санвузлах необхідних засобів гігієни;
Прибиральниця	<ul style="list-style-type: none"> - догляд за приміщеннями загального користування; - прибирання санвузлів у номерах і загального користування;
Бухгалтер	<ul style="list-style-type: none"> - розпорядження фінансами бази відпочинку; - видача заробітних плат.
Головний інженер	<ul style="list-style-type: none"> - керування технічним персоналом бази відпочинку; - контроль справності всього обладнання та техніки.
Завгосп	<ul style="list-style-type: none"> - закупка інвентарю та матеріалів для організації виробничого процесу
Охоронник	<ul style="list-style-type: none"> -контроль за справністю роботи всіх інженерних та

	господарський зон.
Івент-менеджер	-контроль за всіма етапами від продумування ідеї в готелі до демонтажу обладнання.

2.2.3 Характеристика послуг

Готельний комплекс "Верховина" пропонує широкий спектр послуг для комфортного та незабутнього відпочинку своїх гостей. Не всі недорогі готелі можуть похвалитися таким великим переліком послуг.

На території готелю недорого можна отримати додаткові послуги прання і прасування, спа-процедури, відвідати перукаря.

9 банкетних залів та відмінна кухня для проведення корпоративних зустрічей або сімейних торжеств;

Готель має 9 оснащених всім необхідним обладнанням конференц-залів для проведення семінарів та тренінгів також проведення бізнес-зустрічей у вузькому колі можна організувати в комфортних умовах кімнат переговорів [22].

Серед додаткових послуг готельного комплексу "Верховина", а також його переваг серед конкурентів-можливість проведення банкетів та різноманітних івентів. У комплексі над цим сервісом працюють одні з найкращих фахівців. Особливе враження на гостей справляє розкішна літня тераса, де будь-яке свято поєднується з природними пейзажами і якісним сервісом.

Готельний комплекс пропонує відзначити будь-який святковий захід. У закладі представлена можливість для проведення:

- банкетів;
- днів народження;
- корпоративів;
- весіль;
- вечірок;
- презентацій;
- фуршетів;
- спортивних трансляцій;

- тематичних подій.

За попередньою домовленістю в готелі може бути організоване весілля. Виїзна цермонія розпису стає все більш популярною. Тому за власним сценарієм, з цермонією на відкритому повітрі та біля водойм. Користуючись цією тенденцією готельний комплекс “Верховина” бере організацію заходу на себе. Якісна виїзна весільна церемонія в закладі включає не тільки наявність необхідної атрибутики, а й узгодження всіх організаційних моментів та надання послуг вищої якості.

Послуги, що надаються в готелях, поділяються на два типи: основні та додаткові. Вони можуть бути як і безкоштовні так і платні.

Основні послуги – це обов’язкові послуги які надає готель, наприклад харчування та проживання.

Додаткові послуги – це послуги, що замовляються та сплачуються окремо. Усі ці готельні послуги надаються гостям, які насамперед мають намір скористатися цими послугами для особистих потреб. Безкоштовно можна скористатися такими послугами як: виклик швидкої допомоги, надання комплекту посуду, чаю, окропу, ниток, аптечки, вогнегасника та сейфа.

Для організації налагодженого процесу надання послуг, обов'язки персоналу чітко розподілені. Працівники готелю виконують свої обов'язки швидко і оперативно, щоб не доставляти клієнту зайві незручності. Для готельних працівників головне – забезпечити клієнту високий рівень якості послуг, а, отже, у високий рівень комфорту. Система заходів, що забезпечують високий рівень комфорту, що задовольняють різноманітні побутові та господарські запити гостей, називається в готельному господарстві сервісом.

Сервіс може бути дуже різним - від швидкого і професійного оформлення службою прийому до бездоганної роботи сантехнічного обладнання. Кожна ланка в ланцюзі сервісу важливо. Високий рівень сервісу допомагає готелю зарекомендувати себе на ринку туристських послуг з кращого боку і залучити

більше клієнтів. Крім того, надаючи будь-які послуги, персонал повинен проявляти такт та коректність. Сервіс потрібно будувати не тільки за принципом попиту, але і за принципом пропозиції. Але не можна нав'язувати послуги.

Також є перелік безкоштовних послуг в готелі: басейн, обслуговування номерів, безкоштовний Wi-Fi, Бар, ресторан з сніданок на відкритому повітрі. Цілодобово до ваших послуг надається стійка реєстрації, банкомат, камера зберігання багажу, пункт обміну валют, послуги прибирання, як і в усіх готелях додаткові послуги займають при розвиненій інфраструктурі туризму приблизно 50 % від доходу готелю. Додаткові послуги які сплачуються окремо: трансфер до/з аеропорту, квитки для відвідування театру, кіно або опери, бронування квитків на літак, потяг або маршрутку. Також прасування одягу або хімчистка та пральня оплачується окремо.

Якщо є улюблена домашня тваринка, то за додаткову оплату та за попереднім запитом можна помістити у спеціальний контейнер для тваринки, а вже в готелі випустити тваринку в номері. За бажанням на дозвілля можете відвідати нічний клуб.

Якщо повернутися до основних послуг, то навіть є процес надання схематично, і їх можна розділити на кілька етапів:

1. Інформація про основні та додаткові послуги
2. Обслуговування під час перебування у готелі
3. Зустріч і проводи гостей в будь якому місці (за потребою)
4. Резервування місць заздалегідь.

Одна з найважливіших послуг це є надання інформації. Якщо зацікавити людину правильно, то вона захоче придбати цю послугу. Основою успішної гостинності в готелі є чистота. Для підтримки чистоти в готелі приділяється не менша увага ніж дизайн інтер'єру або харчування. Для підтримання чистоти та до пошуку та підбору персоналу готель підійшов відповідально обравши справжніх мастерів: покоївок, клінерів, менеджерів та виготовивши усім форму. Насамперед в готелі закупували найкращу професійну притиральну техніку: пилососи, електро-швабри, посудомийні машини та інший інвентар. На плечі менеджера лягає розробка графіка прибирання номерів та система регулярних поставок хімічних та миючих засобів. За для чистоти та гостинності є побутове обслуговування яке спрямоване тільки на задоволення потреб гостей. До

переліку входить: прання та хімчистка, прасування та ремонт особистих речей, послуги швиї. Перелік послуг залежить від категорії готелю. Обов'язково підприємства, які надають ці послуги мають розташовуватися на першому поверсі. Та в номерах має бути номер телефону, ціни та місцезнаходження та години роботи [23].

Стійка реєстрації працює цілодобово, там завжди привітно зустрінуть та нададуть найкращий номер та запропонують різні напої на вибір. Час заїзду - 14:00, розрахунковий час - 12:00 [24].

Також щоб покращити рівень лояльності готелю, можна використовувати маркетингові інновації. Є декілька методів:

1. “Chek-in” – гість отримує безкоштовні додаткові послуги, знижки, сертифікати за лайки, хештеги або селфі в таких соціальних мережах як (Facebook, Instagram, Twitter, Telegram, Viber). Гості самі узгоджують рекламу, готель за цей рахунок економить на рекламі.

2. “Організація заходів” – за рахунок співпраці з різними івен-агенствами та або різних масових заходів (виставка, бізнес зустріч, показ мод, конференції). Завдяки цим масовим заходам власники готелів привертають увагу багатьох людей, ще готель отримує додатковий дохід та співробітництво.

3. “Акція виграй знижку” – гості можуть виграти будь який відсоток знижки на додаткові послуги просто пройшовши гру на сайті готелю.

За допомогою саме цих маркетингових інновацій гарантія того, що вони оберуть саме цей готель буде висока [25].

Щодо персоналу, необхідно інформувати своїх співробітників про те, що відбувається в готелі і проводити кожного ранку збори, на яких будуть повідомляти і вирішувати поточні проблеми готелю. В готелі мають бути дошки оголошень де мають бути записані особливі завдання або якась важлива інформація. Кожен новий працівник повинен відчувати себе часткою підприємства, і він повинен знати основні стратегічні завдання і фінансове положення господарства. Якщо в готелі немає виробничих зобов'язань, що стосуються, наприклад, забезпечення якіснішого обслуговування, потрібно

подумати про те, щоб створити їх за допомогою своїх співробітників. Коли працівники, що витратили багато сил і часу на складання виробничих зобов'язань, почнуть їх виконувати, вони відчуватимуть свою відповідальність, оскільки самі брали участь у визначенні тих цінностей, які лягли в основу вироблених зобов'язань. Практика залучення співробітників у всі сфери роботи готелю зробить їх співучасниками загальної справи і допоможе підняти якість обслуговування. Керівник збирає невеликі групи співробітників і висловлює їм свої міркування, вислухувавши їх зауваження. Так вони будуть залучені в загальний процес роботи готелю. Ті зауваження і пропозиції гостей, мають бути реалізовані. Співробітники щодня зустрічаються з гостями і здійснюють зворотний зв'язок відносно побажань або незадоволеності гостей.

Керівництво готелю повинно залучати співробітників до всіх сфер роботи готелю, що робить їх співучасниками загальної справи і допомагає в поліпшенні якості обслуговування. Необхідно ефективніше використовувати заходи, направлені на підтримку стандартів якості обслуговування, щоб запобігати помилкам і всіляким проблемам [26].

2.2. Використання івент-технологій у готельному комплексі “Верховина”

Готельний комплекс “Верховина” використовує сучасні івент-технології для організації та проведення різноманітних заходів, що дозволяє забезпечити високий рівень обслуговування і задоволення потреб гостей. Завдяки новітнім технологічним рішенням, "Верховина" здатна організовувати заходи будь-якої складності – від бізнес-конференцій до розважальних подій. Ось основні аспекти використання івент-технологій у готельному комплексі "Верховина":

1. Організація та проведення заходів

"Верховина" пропонує бездоганно обладнані конференц-зали з сучасною аудіо- та відеотехнікою для проведення бізнес-заходів, наукових конференцій, тренінгів та семінарів. Для святкових подій, таких як весілля, ювілеї та корпоративні банкети, є спеціально облаштовані зали, що забезпечують елегантну атмосферу та необхідне технічне забезпечення.

- **Конференції та семінари:** "Верховина" пропонує добре обладнані конференц-зали з сучасною аудіо- та відеотехнікою для проведення бізнес-заходів, наукових конференцій та навчальних семінарів.
- **Весілля та банкетні заходи:** Спеціально облаштовані зали для проведення весіль, банкетів, ювілеїв та інших святкових подій. Пропонуються послуги з декорування залів, організації музичного супроводу та фотосесій.

2. Інтерактивні технології

Для покращення взаємодії з гостями та забезпечення їхньої зручності потрібно використовувати інтерактивні екрани, які розміщені на території готелю. Вони допомагають гостям отримувати актуальну інформацію про заходи, розклад, послуги та маршрути.

- **Інтерактивні екрани:** На території готелю встановлені інтерактивні екрани та інформаційні кіоски, які дозволяють гостям швидко знайти необхідну інформацію про заходи, розклад та інші послуги.

3. Мобільні додатки

Мобільний додаток та сайт дозволяє гостям бронювати номери, реєструватися на заходи, отримувати інформацію про розклад подій та спеціальні пропозиції. Гості можуть взаємодіяти з іншими учасниками подій, отримувати персоналізовані рекомендації та сповіщення, що робить їх перебування у "Верховині" ще більш комфортним та зручним.

- **Мобільний додаток готелю:** Гості можуть використовувати додаток для бронювання номерів, реєстрації на заходи, отримання інформації про розклад подій та спеціальні пропозиції. Додаток також дозволяє взаємодіяти з іншими учасниками заходів.
- **Сайт готелю:** Також гості можуть використовувати сайт готелю для бронювання номерів, реєстрації на заходи, отримання інформації про розклад подій та спеціальні пропозиції.

4. Системи управління подіями (EMS)

Сучасні системи управління подіями дозволяють автоматизувати всі процеси, пов'язані з організацією заходів – від реєстрації учасників до управління

логістикою та бронюванням. Онлайн реєстрація забезпечує швидкий та зручний процес запису на заходи, а автоматизовані системи допомагають ефективно координувати всі аспекти організації.

- **Автоматизація процесів:** Системи управління подіями допомагають автоматизувати процеси планування та координації заходів, включаючи реєстрацію учасників, управління бронюваннями, організацію логістики та контроль за дотриманням графіку.
- **Онлайн реєстрація:** Система онлайн реєстрації дозволяє учасникам швидко та зручно реєструватися на заходи, отримувати підтвердження та нагадування.

5. Аналітика та зворотний зв'язок

Верховина активно використовує аналітичні інструменти для збору та аналізу даних про заходи, включаючи кількість учасників, їхні відгуки та поведінку. Опитування та анкети допомагають отримувати зворотний зв'язок у режимі реального часу, що дозволяє покращувати якість обслуговування та задовольняти потреби наших гостей.

- **Збір даних:** Використання аналітичних інструментів для збору та аналізу даних про заходи, включаючи кількість учасників, їхні відгуки та поведінку.
- **Опитування та анкети:** Проведення опитувань та анкетування учасників для отримання зворотного зв'язку та покращення якості обслуговування в майбутньому.

6. Технології для забезпечення безпеки

В умовах сучасних викликів особливу увагу комплекс приділяє безпеці гостей. Використання безконтактних технологій для реєстрації та оплати знижує ризики, пов'язані з фізичним контактом. Температурні сканери та дезінфекційні станції, встановлені на території готелю, допомагають підтримувати високий рівень санітарної безпеки.

- **Безконтактні технології:** Використання безконтактних рішень для реєстрації та оплати, що підвищує рівень безпеки та комфорту гостей.

- **Температурні сканери та дезінфекційні станції:** Встановлення обладнання для моніторингу здоров'я гостей та забезпечення санітарних норм.

7. Розважальні заходи

"Верховина" організовує різноманітні розважальні заходи, включаючи тематичні вечори, шоу-програми, концерти та виступи аніматорів для дітей. Готельний комплекс також обладнав ігрові зони та майданчики для активного відпочинку, що дозволяє гостям насолоджуватися дозвіллям у будь-який час.

- **Організація розваг:** Проведення тематичних вечорів, шоу-програм, концертів, виступів музикантів та аніматорів для дітей.
- **Ігрові зони:** Обладнання ігрових зон та майданчиків для активного відпочинку дітей та дорослих.

Використання сучасних івент-технологій у готельному комплексі "Верховина" дозволяє організовувати заходи на високому рівні, задовольняючи потреби різних категорій гостей. Інтеграція цих технологій забезпечує зручність, безпеку та високий рівень задоволеності клієнтів, роблячи їх перебування в готелі комфортним та незабутнім [28].

РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ІВЕНТ-ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСУ “ВЕРХОВИНА”

3.1 Модернізація івент-інфраструктури готельного комплексу

Готельний комплекс “Верховина” має значний потенціал для розвитку івент-напряму. Для його реалізації рекомендується впровадити ряд комплексних заходів, які охоплюють різні аспекти івент-діяльності:

1. Маркетинг та просування:

Створення чіткого позиціонування:

✓ *Визначити цільову аудиторію:*

Які це ідеальні клієнти?

Які типи заходів проводять?

Які потреби та очікування?

✓ *Визначити типи заходів:*

Які типи заходів планується проводити?

Які сильні та слабкі сторони в цій сфері?

Які типи заходів найбільш затребувані у регіоні?

✓ *Визначити конкурентні переваги:*

Що робить комплекс унікальним?

Чому клієнти повинні обрати саме цей комплекс, а не конкурентний?

1.2. Розробка комплексної маркетингової стратегії:

✓ *Використовувати різні канали просування:*

Створити та активно використовувати веб-сайт комплексу;

вести сторінки в соціальних мережах;

публікувати рекламу в тематичних ЗМІ;

брати участь у виставках та конференціях.

✓ *Створити якісний контент:*

Публікувати цікаві статті, фото та відео про можливості проведення заходів у готельному комплексі.

Ділитися досвідом успішного проведення заходів.

Розробляти тематичні кейси та інфографіку.

✓ *Співпрацювати з івент-агентствами:*

Налагодити партнерські відносини з івент-агентствами, які можуть рекомендувати комплекс своїм клієнтам.

Пропонувати івент-агентствам вигідні умови співпраці.

Участь в івент-спільнотах та форумах.

1.3. Використання сучасних маркетингових інструментів:

✓ *SEO-просування:*

Оптимізувати веб-сайт комплексу для пошукових систем.

Використовувати ключові слова, які релевантні для івент-сфери.

Створити блог з корисними статтями про організацію та проведення заходів.

✓ *Контекстна реклама:*

Запускати рекламні кампанії в Google Ads та інших контекстних системах.

Цілити рекламу на цільову аудиторію.

Використовувати релевантні ключові слова та оголошення.

✓ *SMM-просування:*

Активно вести сторінки комплексу в соціальних мережах.

Публікувати цікавий та корисний контент.

Залучати аудиторію до взаємодії.

Використовувати таргетовану рекламу в соціальних мережах.

✓ *Email-маркетинг:*

Зібрати базу email-адрес потенційних клієнтів.

Розробити серію email-розсилок, які знайомлять з можливостями комплексу та пропонують спеціальні пропозиції.

Використовувати email-маркетинг для персоналізації пропозицій.

2. Покращення інфраструктури:

2.1. Оснащення конференц-залів:

✓ *Забезпечити конференц-зали сучасним обладнанням:*

Проектори та екрани з високою роздільною здатністю.

Системи звукопідсилення та освітлення.

Мікрофони та пульти керування.

Wi-Fi з високою швидкістю з'єднання.

Комп'ютери та принтери.

2.2. Створення зон для кейтерингу:

- ✓ *Організувати зручні зони для проведення фуршетів, банкетів та інших заходів:*

Закриті та відкриті зони з різними варіантами розміщення.

Наявність меблів та декору.

Можливість підключення до електромережі та води.

- ✓ *Співпраця з кейтеринговими компаніями:*

Пропонувати клієнтам широкий спектр кейтерингових послуг.

Гарантувати високу якість їжі та обслуговування.

Розробити меню для різних типів заходів.

2.3. Оновлення номерів:

- ✓ *Забезпечити комфортне проживання для учасників заходів:*

Пропонувати номери різних категорій, які відповідають потребам та бюджету клієнтів.

Оновити меблі та сантехніку.

Забезпечити чистоту та затишок в номерах.

- ✓ *Надати додаткові послуги:*

Міні-бар, Wi-Fi, трансфер, послуги пральні.

Можливість замовлення екскурсій та інших розваг.

2.4. Створення тематичних зон:

- ✓ *Оформити зони на території комплексу, які можуть бути використані для проведення різних заходів:*

Зони для проведення весільних церемоній.

Зони для проведення ділових зустрічей.

Зони для проведення розважальних заходів.

- ✓ *Використовувати тематичний декор:*

Залежно від типу заходу.

Створити атмосферу, яка відповідає очікуванням клієнтів.

3. Підвищення рівня обслуговування:

3.1. Навчання персоналу:

- ✓ *Провести навчання персоналу з питань організації та проведення заходів:*

Знання протоколу обслуговування.

Уміння працювати з клієнтами.

Знання специфіки різних типів заходів.

- ✓ *Забезпечити високий рівень комунікації:*

Персонал повинен бути ввічливим, уважним та готовим допомогти клієнтам.

- ✓ *Створити атмосферу гостинності:*

Персонал повинен зробити все можливе, щоб гості комплексу відчували себе комфортно та затишно.

3.2. Розробка індивідуальних програм:

- ✓ *Запропонувати клієнтам різні пакети послуг, які відповідають їхнім потребам та бюджету:*

Базові пакети послуг.

Розширені пакети послуг.

VIP-пакети послуг.

- ✓ *Надати клієнтам персонального менеджера:*

Персональний менеджер буде вести проєкт від початку до кінця.

Допоможе клієнту вибрати пакет послуг.

Відповість на всі його питання.

3.3. Забезпечення гнучкості:

- ✓ *Бути готовими до виконання нестандартних запитів клієнтів:*

Персонал комплексу повинен бути готовий до вирішення будь-яких проблем.

Запропонувати клієнтам альтернативні варіанти, якщо це буде необхідно.

3.4. Створення персонального досвіду:

- ✓ *Надати клієнтам можливість відчувати себе унікальними:*

Персонал комплексу повинен знати про уподобання клієнтів.

Запропонувати їм ексклюзивні послуги.

Створити для них незабутні враження.

4. Розширення спектру послуг:

4.1. Запропонувати додаткові послуги:

✓ Кейтеринг:

Запропонувати клієнтам широкий спектр кейтерингових послуг.

Співпрацювати з кейтеринговими компаніями, які пропонують якісну їжу та високий рівень обслуговування.

Розробити меню для різних типів заходів.

✓ Декор:

Запропонувати клієнтам послуги з декорування залів та території комплексу.

Співпрацювати з дизайнерами, які зможуть створити атмосферу, що відповідає очікуванням клієнтів.

✓ Технічне забезпечення:

Запропонувати клієнтам послуги з оренди звукового, світлового та іншого обладнання.

Співпрацювати з технічними компаніями, які зможуть забезпечити безперебійну роботу обладнання.

✓ Розваги:

Запропонувати клієнтам послуги з організації розважальних програм.

Співпрацювати з артистами, ведучими, музикантами та іншими фахівцями.

✓ Трансфер:

Запропонувати клієнтам послуги з трансферу з аеропорту, вокзалу та інших місць.

Співпрацювати з транспортними компаніями, які зможуть забезпечити комфортний та безпечний трансфер.

4.2. Співпраця з постачальниками:

✓ Налагодити партнерські відносини з постачальниками:

Це дозволить комплексу отримувати вигідні ціни та умови на товари та послуги.

Співпрацювати з постачальниками, які мають досвід роботи в івент-сфері.

Розробити систему лояльності для постачальників.

4.3. Створення тематичних пакетів:

✓ *Розробити пакети послуг для різних типів заходів:*

Весілля.

Ювілеї.

Корпоративні вечірки.

Конференції.

Навчальні тренінги.

✓ *Включити до пакетів різні послуги:*

Проживання.

Харчування.

Декор.

Технічне забезпечення.

Розваги.

Запропонувати клієнтам вигідні ціни на пакети послуг.

5. Використання сучасних технологій:

5.1. Впровадження онлайн-бронювання:

✓ *Забезпечити зручне онлайн-бронювання конференц-залів, номерів та інших послуг:*

Створити систему онлайн-бронювання на веб-сайті комплексу.

Інтегрувати систему онлайн-бронювання з системами бронювання інших постачальників послуг.

Запропонувати клієнтам можливість бронювання послуг за допомогою мобільного додатку.

5.2. Використання CRM-системи:

✓ *Збирати та аналізувати дані про клієнтів:*

Це дозволить комплексу краще розуміти потреби та очікування клієнтів.

Розробити персоналізовані пропозиції для клієнтів.

Підвищити рівень лояльності клієнтів.

5.3. Застосування онлайн-інструментів:

✓ *Використовувати онлайн-інструменти для планування та управління проектами:*

Це дозволить комплексу оптимізувати роботу та економити час.
 Спілкуватися з клієнтами та постачальниками в режимі онлайн.
 Контролювати бюджет проєктів.

Впровадження цих заходів дозволить готельному комплексу “Верховина”:

Збільшити кількість заходів, що проводяться на його території.
 Підвищити рівень задоволеності клієнтів.
 Збільшити прибуток від івент-діяльності.
 Стати лідером на ринку івент-послуг в регіоні.

Важливо зазначити, що для вдосконалення івент-діяльності комплексу “Верховина” необхідний комплексний підхід, який буде враховувати всі аспекти цієї сфери.

Крім вищезазначених заходів, рекомендується також:

✓ *Проводити регулярні маркетингові дослідження:*

Це дозволить комплексу вивчати потреби та очікування клієнтів.
 Відстежувати тенденції розвитку івент-ринку.
 Розробляти нові маркетингові стратегії.

✓ *Брати участь в івент-заходах:*

Це дозволить комплексу просунути свої послуги на ринку.
 Налагодити партнерські відносини з іншими учасниками івент-ринку.
 Отримати нові ідеї для розвитку івент-діяльності.

✓ *Надавати клієнтам зворотний зв'язок:*

Це дозволить комплексу дізнатися про думку клієнтів про його послуги.
 Виявити недоліки в роботі комплексу.
 Внести необхідні покращення.

Впровадження комплексного підходу до вдосконалення івент-діяльності дозволить готельному комплексу “Верховина” досягти значних успіхів у цій сфері.

Окрім вищеописаного, рекомендується також звернути увагу на наступні аспекти:

✓ *Створення команди кваліфікованих фахівців:*

Персонал комплексу повинен мати досвід роботи в івент-сфері.

Бути ввічливим, уважним та готовим допомогти клієнтам.

Володіти знаннями про протокол обслуговування та специфіку різних типів заходів.

✓ *Забезпечення високого рівня безпеки:*

Комплекс повинен відповідати всім вимогам безпеки.

Персонал повинен бути навчений діям у надзвичайних ситуаціях.

✓ *Захист навколишнього середовища:*

Комплекс повинен дотримуватися принципів екологічної відповідальності.

Використовувати енергоефективні технології.

Зменшувати кількість відходів.

Врахування всіх цих аспектів дозволить готельному комплексу "Верховина" стати не лише популярним місцем для проведення заходів, але й відповідальним та етичним бізнесом [29].

Модернізація івент-інфраструктури готельного комплексу "Верховина" є ключовим фактором для підвищення його конкурентоспроможності та залучення більшої кількості клієнтів.

1. Оновлення конференц-залів:

✓ *Збільшення простору:*

Якщо це можливо, розширити площу конференц-залів, щоб мати можливість проводити масштабніші заходи.

✓ *Оновлення меблів та декору:*

Замінити старі меблі на сучасні та зручні.

Оновити декор конференц-залів, щоб зробити їх більш стильні та привабливі.

✓ *Оснащення сучасним обладнанням:*

Встановити нові проектори, екрани, мікрофони та інше обладнання.

Забезпечити доступ до Wi-Fi з високою швидкістю з'єднання.

✓ *Створення тематичних зон:*

Оформити окремі зони для проведення різних типів заходів, наприклад, ділових зустрічей, тренінгів, вечірок.

2. Оновлення номерів:

- ✓ *Забезпечити комфортне проживання для учасників заходів:*

Оновити меблі та сантехніку в номерах.

Забезпечити чистоту та затишок.

- ✓ *Надати додаткові послуги:*

Міні-бар, Wi-Fi, трансфер, послуги пральні.

Можливість замовлення екскурсій та інших розваг.

3. Створення зон для кейтерингу:

- ✓ *Організувати зручні зони для проведення фуршетів, банкетів та інших заходів:*

Закриті та відкриті зони з різними варіантами розміщення.

Наявність меблів та декору.

Можливість підключення до електромережі та води.

- ✓ *Співпрацювати з кейтеринговими компаніями:*

Запропонувати клієнтам широкий спектр кейтерингових послуг.

Гарантувати високу якість їжі та обслуговування.

Розробити меню для різних типів заходів.

4. Створення тематичних зон на території комплексу:

- ✓ *Оформити зони на території комплексу, які можуть бути використані для проведення різних заходів:*

Зони для проведення весільних церемоній.

Зони для проведення ділових зустрічей.

Зони для проведення розважальних заходів.

- ✓ *Використовувати тематичний декор:*

Залежно від типу заходу.

Створити атмосферу, яка відповідає очікуванням клієнтів.

5. Забезпечення безперебійної роботи:

- ✓ *Встановити резервне джерело електропостачання:*

Це дозволить комплексу працювати безперебійно навіть у разі відключення електроенергії.

✓ *Забезпечити резервне водопостачання:*

Це дозволить комплексу працювати безперебійно навіть у разі відключення води.

✓ *Створити команду фахівців з технічного обслуговування:*

Ці фахівці повинні бути готові вирішувати будь-які проблеми, які можуть виникнути під час проведення заходів.

Впровадження цих заходів дозволить готельному комплексу “Верховина”:

Підвищити рівень комфорту та зручності для клієнтів.

Запропонувати клієнтам ширший спектр послуг.

Проводити масштабніші та складніші заходи.

Збільшити прибуток від івент-діяльності.

Також у 2024 році дуже популярним став механізм впровадження SMM у бізнес підприємств готельно-ресторанного господарства. Сюди не підходить класична стратегія digital чи SMM-просування. Наприклад, гості шукають ресторани чи засоби розміщення не лише за запитами в пошуку, а і в геолокаційних сервісах за місцем розташування, на сайтах відгуків та агрегаторах, та через сторінки підприємства готельного або ресторанного господарства у соціальних мережах, намагаючись підібрати відповідний для себе за інтер'єром та атмосферою готельно-ресторанний комплекс. Тому у просуванні необхідно вкладатися точково, постійно вимірювати ефективність реклами та коригувати кампанії.

Враховуючи те, що підприємства, особливо регіональні, прагнуть оптимізувати свої витрати, варто зазначити, що створення бренду через соціальні мережі є ще й досить ефективними. Крім того, сегментувати клієнтів і таргетувати рекламу за допомогою інструментів SMM-комунікації набагато простіше, ніж завдяки традиційними медіа: По-перше, перші дозволяють охопити більше цільових клієнтів, а по-друге, дозволяють відразу вивести їх на сайт за найнижчими витратами на рекламу .

Табл 3. Переваги та недоліки використання інструментів SMM

ПЕРЕВАГИ	НЕДОЛІКИ
Користувачі соціальних мереж не звикли сприймати просування в соціальних мережах як рекламу, через що поріг довіри до інформації там значно вищий.	Для закріплення та покращення результатів просування необхідно постійно контролювати якість контенту, що надаються гостям.
Значне зростання цільової аудиторії за рахунок відсутності прив'язки до конкретної місцевості.	Відсутня можливість точного розрахунку бюджету рекламної кампанії, загальна вартість залежить від великої кількості внутрішніх і зовнішніх факторів.
Таргетування-можливість, яка дозволяє обрати з усієї наявної аудиторії ту частину, яка відповідає заданим критеріям (цільову аудиторію), і зробити рекламу саме їй.	Відсутність полярності, оскільки споживачі часто використовують класичні пошукові системи.
Відносно низька вартість поширення реклами, у кілька разів нижча за рекламу в пресі чи на ТБ.	Складність просування товарів через соціальні мережі компаніям, які надають серйозні послуги.
Зворотній зв'язок та швидкий зв'язок: можливість швидко отримати реакцію на допис у соціальній мережі.	Досвідчені користувачі зможуть відрізнити рекламний контент від інших видів інформації.
Значна швидкість збору та обміну інформацією дозволяє швидко коригувати SMM-стратегію, реагувати на побажання та зауваження користувачів та пропонувати найцікавіший контент цільовій аудиторії.	Існує ризик зіпсувати репутацію компанії- достатньо всього кілька разів помилитися в коментарях або щодо теми допису.

[29].

3.2 Розробка нових івент-послуг та їх впровадження

У сучасному світі готельний бізнес постійно змінюється та розвивається, тому важливо бути в тренді та пропонувати своїм гостям нові та цікаві послуги. Одним з напрямків розвитку може бути розробка та впровадження нових івент-послуг в готельному комплексі. Переваги розробки та впровадження івент-послуг для готельного комплексу очевидні. По-перше, це дозволить привернути нових клієнтів та збільшити популярність готелю. По-друге, це створить

можливість для додаткового доходу, оскільки івент-послуги можуть бути платними. По-третє, це підвищить рівень задоволеності гостей та створить позитивний імідж готелю.

Перш за все, для розробки нових івент-послуг необхідно провести дослідження та визначити потреби та інтереси цільової аудиторії готелю. Наприклад, якщо це бізнес-готель, то можна зосередитися на організації бізнес-зустрічей та семінарів. Якщо це сімейний готель, то можна пропонувати розважальні заходи для дітей та батьків.

Після визначення потреб аудиторії, необхідно розробити концепцію та програму івент-послуг. Важливо врахувати, що ці послуги повинні бути унікальними та відповідати стилю та концепції готелю. Також варто звернути увагу на організаційні аспекти, такі як локація, технічне забезпечення та кваліфікований персонал.

Для підвищення конкурентоспроможності та залучення нових клієнтів готельному комплексу "Верховина" рекомендується розробити та впровадити нові івент-послуги. Є декілька ідей:

Тематичні заходи:

Пропонувати клієнтам можливість організувати тематичні заходи, наприклад, вечірки в стилі ретро, вечірки в стилі казино, вечірки в стилі певного фільму або книги.

Інтерактивні заходи:

Пропонувати клієнтам можливість організувати інтерактивні заходи, наприклад, квести, майстер-класи, кулінарні поєдинки.

Спортивні заходи:

Пропонувати клієнтам можливість організувати спортивні заходи, наприклад, турніри з футболу, волейболу, баскетболу.

Сімейні заходи:

Пропонувати клієнтам можливість організувати сімейні заходи, наприклад, дитячі свята, квести для всієї сім'ї, майстер-класи для батьків та дітей.

VIP-послуги:

Пропонувати клієнтам VIP-послуги, наприклад, персональні стилісти, візажисти, фотографи, трансфер на лімузині.

При розробці нових івент-послуг важливо враховувати:

Потреби та очікування клієнтів:

Провести дослідження ринку, щоб з'ясувати, які івент-послуги користуються найбільшим попитом.

Конкурентоспроможність:

Проаналізувати пропозиції конкурентів, щоб розробити унікальні та конкурентоспроможні івент-послуги.

Можливості комплексу:

Оцінити можливості комплексу, такі як наявність приміщень, обладнання, персоналу, щоб визначити, які івент-послуги можна запропонувати.

Рентабельність:

Розрахувати рентабельність нових івент-послуг, щоб переконатися, що вони будуть приносити прибуток.

Після розробки нових івент-послуг важливо їх правильно просунути:

Створити веб-сайт або сторінку в соціальних мережах:

На веб-сайті або сторінці в соціальних мережах повинна бути представлена інформація про нові івент-послуги, фотографії та відео, ціни, контакти.

Розмістити рекламу:

Рекламу нових івент-послуг можна розмістити в місцевих ЗМІ, на тематичних веб-сайтах, в соціальних мережах.

Співпрацювати з івент-агентствами:

Івент-агентства можуть допомогти комплексу знайти нових клієнтів та організувати заходи.

Провести презентацію нових івент-послуг:

Презентацію можна провести для потенційних клієнтів, партнерів, представників ЗМІ.

Впровадження нових івент-послуг дозволить готельному комплексу "Верховина":

Залучити нових клієнтів.

Збільшити прибуток.

Підвищити конкурентоспроможність.

Стати лідером на ринку івент-послуг в регіоні.

Важливо зазначити, що розробка та впровадження нових івент-послуг – це постійний процес, який потребує креативності, гнучкості та уваги до потреб клієнтів.

Розробка та впровадження нових івент-послуг у готельному комплексі "Верховина" є важливим кроком для підвищення якості обслуговування та задоволення потреб гостей. Використання сучасних технологій, адаптація до ринкових вимог та постійне вдосконалення пропозицій дозволяє готелю створювати унікальні та незабутні заходи, які приваблюють різні категорії клієнтів та зміцнюють репутацію комплексу як лідера у сфері гостинності.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

У даній дипломній роботі було досліджено особливості івент-технологій у готельному комплексі; У процесі роботи було виконано: Проаналізовано поняття та сутність івент-менеджменту. Досліджено основні види івент-проектів, що проводяться в готельному комплексі. Проаналізовано особливості організації івент-заходів у комплексі. Охарактеризовано роль і місце івент-технологій у формуванні позитивного іміджу готельного комплексу; Сформульовано рекомендації щодо вдосконалення івент-діяльності в готельному комплексі «Верховина» [31].

Насамперед потрібно визначити особливості івент-технологій, які використовуються в готельному комплексі «Верховина». Це завдання виконано шляхом аналізу існуючої івент-інфраструктури комплексу, вивчення документації, опитування персоналу та клієнтів. Виявлено, що комплекс використовує широкий спектр івент-технологій, включаючи обладнання для конференц-залів, системи звуку та освітлення, кейтерингове обладнання, програмне забезпечення для управління заходами.

Також проаналізувавши ефективність використання івент-технологій в готельному комплексі шляхом оцінки рівня задоволеності клієнтів, аналізу фінансових показників комплексу, пов'язаних з проведенням заходів, та порівняння з показниками конкурентів. Виявляється, що комплекс використовує івент-технології досить ефективно, але є потенціал для покращення.

На підставі проведеного дослідження можна зробити такі висновки:; Івент-технології є важливою складовою успіху готельного комплексу, оскільки вони дозволяють залучати нові аудиторії відвідувачів, підтримувати зв'язок з існуючими клієнтами та створювати позитив [32].

Список використаної літератури та інтернет-ресурсів

1. Розвиток івент-індустрії [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://4ua.co.ua/sport/sa2bd78b5d53b88421216d26_0.html
2. Конкурентна спроможність [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.referat911.ru/Turizm/ndustry-gostinnost-stanovlennya-ta-osnovn/298418-2652940-place2.html>
3. Тенденції розвитку івент-технологій [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/2_2022/32.pdf
4. Зеленська Л. М. Суб'єкти сучасного ринку івент-послуг в Україні // Національні культури у глобалізаційному світі : зб. матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф., м. Київ, 6–7 квітня 2017 р. Київ : КНУКіМ, 2017. С. 376–380.
5. Хитрова О. А., Харитонов Ю. Ю. Стан і тенденції івент-менеджменту в Україні. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. С. 27-31 [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2018/30-2018/8.pdf>
6. Дьяченко Ю.В., Седікова І.А., Бондар В.А. Event менеджмент як складник інформаційно комунікаційних технологій у публічному управлінні. Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія: Державне управління. 2020. Т. 31 (70). Вип. 6. С. 40.
7. Назімко О.Є. Подієвий маркетинг: керівництво для замовників та виконавців. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 20013. 264 с
8. Пархоменко І.І. Британська наукова традиція вивчення івент-менеджменту: основні поняття (Г. Боудін, Х. Пієлічати, Дж. Елз). Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія «Менеджмент соціокультурної діяльності». 2018. Вип. 2. С. 63-76.
9. Сидор І.П. Соціокультурні технології в організації дозвілля [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vchu/N144/N144p146-149.pdf
10. Класифікація івент-технологій [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/32054/1/O_Pinchuk_OIKPSZ.pdf

11. Різноманітність івент-технологій [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:

<https://elib.nakkkim.edu.ua/bitstream/handle/123456789/4555/%D0%97%D0%95%D0%9B%D0%95%D0%9D%D0%A1%D0%AC%D0%9A%D0%90%20%D0%9B.%D0%9C.%20%D0%86%D0%B2%D0%B5%D0%BD%D1%82-%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82.%20%D0%9D%D0%9F.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

12. Поправко О. В. Івент-менеджмент: сутність і перспективи розвитку в Україні. Сучасний менеджмент: проблеми та перспективи розвитку: матеріали III Всеукраїнської науково-практичної інтернетконференції (21 травня 2018 р.). Херсон, 2018. С. 95-97.

13. <https://doi.org/10.36818/1562-0905-2020-3-13> УДК 379.8 JEL L80, L82, M39 Г. В. Олексюк, І. В. Ангелко, Н. С. Самотій

14. Функції івент-технологій [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/32054/1/O_Pinchuk_OIKPSZ.pdf

15. LocalHop – Event Management Platform. A Brief History of Event Management: Event Planning Then and Now [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://getlocalhop.com/a-brief-history-of-event-management-event-planning-then-and-now>

16. Аналіз стану [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://science.lpnu.ua/uk/smeu/vsi-vypusky/vypusk-3-nomer-1-2021/vitchyznyanyy-ta-zarubizhnyy-dosvid-formuvannya-i-rozvytku>

17. Характеристика готельного комплексу “Верховина” [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://verhovina.ua/okruzhnaya/>

18. Детально про комплекс [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://www.booking.com/hotel/ua/verhovina.uk.html?auth_success=1&account_created=1#important_info

19. Актуальні дані [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/19035202/#:~:text=%D0%92%20%D1%8F%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D1%83%20%D1%80%D0%B5%D0%B

[3%D1%96%D0%BE%D0%BD%D1%96%20%D0%B7%D0%B0%D1%80%D0%B5%D1%94%D1%81%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B0%20%D0%A2%D0%9E%D0%92%D0%90%D0%A0%D0%98%D0%A1%D0%A2%D0%92%D0%9E,%D0%91%D0%B5%D1%80%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%B9%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9%2C%20%D0%B1%D1%83%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%BE%D0%BA%20**](#)

20. SWOT-аналіз по відгукам [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://verhovina.ua/rus/okruzhnaya/>

21. Характеристика основних служб готельного комплексу “Верховина” [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://studfile.net/preview/9280346/page:7/>

22. Характеристика послуг [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://verhovina.ua/8/ukr/article_full/3710/visibletype/1/index.html

23. Надання інформації [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.firmaden.com.ua/ukr/news/novosti-kompanii/profesijnepribirannyagoteliv-ta-xosteliv.html>

24. Час роботи [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://kievtown.net/ukr/kiev_hotels/hotel_prezident_otel.htm

25. Методи-обслуговування [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://dspace.htei.kh.ua:8080/bitstream/123456789/482/1/%D0%A9%D0%B5%D1%80%D0%B1%D0%B8%D0%>

26. Завдання готелю [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://works.doklad.ru/view/WdFs1HM8x04/all.html>

27. Івент-технології [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://tourlib.net/statti_ukr/radionova.htm

28. Організація івент-технологій [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://verhovina.ua/ukr/vesillya/>

29. Удосконалення івентів [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://blog.regtoevent.com/uk/jak-ociniti-efektivnist-iventu/>

30. Digital, social & mobile worldwide in 2015 [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://wearesocial.com/us/blog/2015/01/digital-social-mobile-worldwide-2015/>

31. Івент-технології [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://eprints.kname.edu.ua/41258/1/2014%20167%D0%9B%20%D0%BF%D0%B5%D1%87%20%D0%9A%D0%9B%20%20%D0%86%D0%B2%D0%B5%D0%BD%D1%82%20%D1%82%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3..pdf>

32. Висновки [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://re.gov.ua/re202003/re202003_120_OleksyukHV,AnhelkoIV,SamotiyNS.pdf