

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

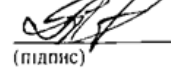

(підпис)

Віта ЦИРУЛЬНІКОВА
(ім'я і прізвище)

«17» червня 2025 р.

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри


(підпис)

Лариса ШАРАН
(ім'я і прізвище)

«17» червня 2025 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: «Удосконалення організації подієвих заходів в готельному підприємстві»

Виконала: здобувачка 4 курсу, групи ГС-4-9

Милка Діана Вікторівна

(прізвище, ім'я, по батькові повністю)


(підпис)

Керівник Іщенко Тетяна Іванівна

(прізвище, ім'я, по батькові повністю)


(підпис)

Рецензент Ірина МЕЛЬНИК

(ім'я і прізвище)


(підпис)

Я, як здобувачка Національного університету харчових технологій розумію і підтримую політику університету з академічної доброчесності. Я не надавала і не одержувала незволненої допомоги під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

Здобувачка


(підпис)


Київ – 2025 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 2025 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Милки Діани Вікторівни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Удосконалення організації подієвих заходів в готельному підприємстві»

керівник роботи Іщенко Тетяна Іванівна, к.т.н., доцент

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

затверджені наказом вищого навчального закладу від «08» травня 2025 року № 265-КС

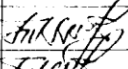
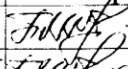
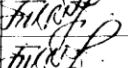

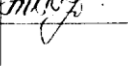
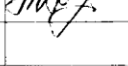
2. Термін подання здобувачем роботи 2 червня 2025 року

3. Вихідні дані до роботи удосконалення організації подієвих заходів в готелі «Premier Palace» м. Київ

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)
Вступ; Розділ 1 Діяльність готельних підприємств м. Києва в сучасних умовах; Розділ 2 Аналіз діяльності готелю «Premier Palace»; Розділ 3 Удосконалення організації подієвих заходів у готелі «Premier Palace»; Висновки та пропозиції; Список використаної літератури та інтернет-ресурсів; Додатки

5. Перелік графічного матеріалу

6. Консультанти розділів роботи

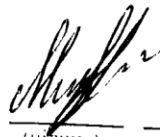
Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Розділ 1	Іщенко Т.І., доцент	 08.05.25 р.	 13.05.25 р.
Розділ 2	Іщенко Т.І., доцент	 14.05.25 р.	 20.05.25 р.
Розділ 3	Іщенко Т.І., доцент	 21.05.25 р.	 27.05.25 р.

7. Дата видачі завдання 8 травня 2025 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

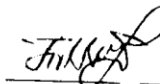
№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	ВСТУП РОЗДІЛ 1 ДІЯЛЬНІСТЬ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ М. КИЄВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ	8.05-13.05.2025 р.	Виконано
2	РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЮ «PREMIER PALACE»	14.05-20.05.2025 р.	Виконано
3	РОЗДІЛ 3 УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ПОДІЄВИХ ЗАХОДІВ У ГОТЕЛІ «PREMIER PALACE»	21.05-27.05.2025 р.	Виконано
4	ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ. СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСІВ. ДОДАТКИ	28.05-31.05.2025 р.	Виконано
5	Подання кваліфікаційної роботи на кафедру	02.06.2025 р.	Виконано

Здобувачка


 (підпис)

Діана МИЛКА

Керівник роботи


 (підпис)

Тетяна ІЩЕНКО

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
ІНФОРМАЦІЙНА КАРТКА
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Здобувачки: Милки Діани Вікторівни

*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: *«Удосконалення організації подієвих заходів в готельному підприємстві»*

Керівник роботи: Іщенко Тетяна Іванівна, к.т.н., доцент

Дата захисту “.....” червня 2025 р.

Робота захищена з оцінкою _____

АНОТАЦІЯ

Робота присвячена розробці практичних рекомендацій для удосконалення організації подієвих заходів у готельному підприємстві. Розкрито роль подієвих послуг у формуванні конкурентоспроможності готелів ділового призначення м. Києва в умовах нестабільного ринку. Визначено проблеми та виклики для сфери HoReCa, зокрема організаційні, кадрові та управлінські бар'єри, які ускладнюють розвиток напрямку подієвого дозвілля. Окреслено процес управління подієвими заходами у готелі «Premier Palace», проведено комплексний аналіз його діяльності. Також проведено аналіз сучасних практик подієвого менеджменту в готелях ділового призначення м. Києва та розроблено пропозиції щодо створення повноцінної івент-служби, надано пропозиції стосовно впровадженню нових форматів заходів. Визначено ефективність запропонованих заходів для підприємства гостинності, яка підтверджує доцільність впровадження нової організаційної моделі подієвих послуг.

Ключові слова: подієві заходи, івент-менеджмент, готельне підприємство, організаційна структура.

ABSTRACT

The study is dedicated to developing practical recommendations for improving the organization of event services within a hotel enterprise. It highlights the role of event-based offerings in shaping the competitiveness of business hotels in Kyiv amid market instability. The research identifies key challenges and barriers in the HoReCa sector—particularly organizational, staffing, and managerial obstacles—that hinder the development of event-oriented leisure activities. The management process of events at the "Premier Palace" hotel is outlined, accompanied by a comprehensive analysis of its operations. The paper examines current event management practices in business hotels across Kyiv and proposes the establishment of a fully functioning event department within the hotel, along with recommendations for introducing new types of events. The effectiveness of the proposed measures is assessed, confirming the feasibility of implementing a new organizational model for event services in the hospitality enterprise.

Keywords: event services, event management, hotel enterprise, organizational structure.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1 ДІЯЛЬНІСТЬ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ М. КИЄВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	8
1.1 Динаміка розвитку готельного бізнесу в столиці протягом 2019-2024 років.....	8
1.2 Аналіз асортименту послуг готелів ділового призначення м. Києва.....	10
1.3 Організація подієвих заходів в готелях ділового призначення м. Києва	15
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЮ «PREMIER PALACE»	19
2.1 Загальна характеристика готелю «Premier Palace»	19
2.2 Організаційно-технологічні аспекти діяльності готелю «Premier Palace»	20
2.2.1 Організація обслуговування в засобі розміщення	20
2.2.2 Організаційна структура готельного підприємства	24
2.2.3 Функціональна організація приміщень.....	27
2.2.4 SWOT-аналіз діяльності готелю «Premier Palace».....	30
2.3 Дослідження організації подієвих заходів в готелі «Premier Palace»	32
РОЗДІЛ 3 УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ПОДІЄВИХ ЗАХОДІВ У ГОТЕЛІ «PREMIER PALACE»	36
3.1 Сучасні практики в організації подієвих заходів.....	36
3.2 Напрями удосконалення організації подієвих заходів у готелі «Premier Palace».....	39
3.3 Оцінка ефективності змін в організації подієвих заходів у готелі «Premier Palace».....	42
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	46
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСІВ	48
ДОДАТКИ.....	53

ВСТУП

У сучасних умовах розвитку готельно-ресторанного бізнесу подієві заходи набувають дедалі більшої значущості, перетворюючись з додаткової опції на стратегічний інструмент залучення та утримання гостей, формування унікального іміджу підприємства гостинності та підвищення його конкурентоспроможності. Особливо це актуально для готелів ділового призначення, які функціонують у столиці України, адже м. Київ зберігає позицію ділового та культурного центру, навіть попри нестабільну економічну та безпекову ситуацію. Проведення конференцій, бізнес-форумів, презентацій, весіль, святкових івентів та інших заходів вимагає високого рівня організаційної готовності, злагодженої роботи персоналу та гнучкої системи управління процесом.

На практиці, однак, у багатьох готелях спостерігається неструктурований підхід до організації подієвих заходів. Відсутність виділеного підрозділу, чітко закріплених обов'язків та налагодженої взаємодії між службами призводить до втрати ефективності, зниження рівня сервісу та незадоволеності гостей. У контексті загострення конкуренції та потреби в постійному оновленні пропозицій для гостей, удосконалення організаційної моделі подієвих послуг є актуальним та затребуваним завданням.

Об'єктом дослідження є процес надання додаткових послуг у готельному підприємстві.

Предметом дослідження є організація подієвих заходів у готелі ділового призначення, зокрема в готелі «Premier Palace».

Мета роботи полягає в удосконаленні організаційної моделі проведення подієвих заходів у готельному підприємстві на прикладі готелю «Premier Palace» для підвищення ефективності внутрішніх процесів та якості обслуговування гостей.

Для досягнення поставленої мети передбачено виконання таких **завдань**:

1. Дослідити стан і динаміку розвитку готельного бізнесу м. Києва в умовах 2019–2024 років;

2. Проаналізувати асортимент послуг готелів ділового сегменту та визначити роль подієвих заходів у формуванні конкурентних переваг;
3. Дослідити особливості організації подієвих заходів у готелі «Premier Palace» та виявити чинники, що стримують їх ефективний розвиток;
4. Ознайомитися з сучасними практиками організації подієвих заходів у готельному бізнесі;
5. Запропонувати напрями вдосконалення організації подієвих заходів у готелі «Premier Palace» з урахуванням сучасних умов та потреб ринку.

Методи дослідження, використані в роботі, включають аналіз і синтез наукової літератури, методи системного та структурного аналізу, порівняльний аналіз діяльності підприємств, методи спостереження.

За матеріалами кваліфікаційної роботи подано статтю до редакції наукового фахового видання «SWorldJournal», вихід якого очікується влітку 2025 року (додаток Б), а також пройдено сертифікатну програму «Технології в готельно-ресторанному бізнесі» (додаток В).

РОЗДІЛ 1

ДІЯЛЬНІСТЬ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ М. КИЄВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

1.1 Динаміка розвитку готельного бізнесу в столиці протягом 2019-2024 років

Столичний готельний ринок протягом 2019–2021 років демонстрував поступове зростання після попередніх кризових періодів, однак у 2020 році зазнав значного спаду через пандемію COVID-19, а з 2022 року – безпрецедентного шоку, спричиненого повномасштабною війною. До пандемії COVID-19 основний попит у київських готелях формували ділові мандрівники: за оцінками аналітиків, більшість гостей столиці були бізнес-туристами, що позначалося на нерівномірному завантаженні – високий попит у будні та зниження у вихідні [8].

Середня заповнюваність готелів у столиці напередодні пандемії становила близько половини від загальної місткості: так, за даними CBRE Ukraine, у 2019 році рівень завантаженості якісних готелів міста складав ~54% [9]. Готельний бізнес готувався до подальшого зростання: девелопери активізували реалізацію нових проєктів (наприклад, після реконструкції відкрився готель Riviera House на початку 2019 року, а на 2020 рік планувалися нові об'єкти Ibis і Adagio Aparthotel) [8].

Зростання туристичних потоків також сприяло позитивним очікуванням: пасажиропотік київських аеропортів у I кварталі 2019 року зріс до 3,29 млн (+18,5% рік до року), що свідчило про посилення ролі Києва як туристичного центру [9].

Динаміку середнього рівня завантаженості готелів Києва за 2019–2024 роки, яка відображає вплив згаданих подій наведено на рис. 1.1.

Графічна інтерпретація цих показників дозволяє простежити різкий спад заповнюваності у 2020–2022 роках та часткове відновлення у 2023–2024 роках. Видно, що після відносно стабільного 2019 року (близько 50–55% заповнюваності) у 2020 році показник різко впав до приблизно 20–25% через карантинні обмеження [11].

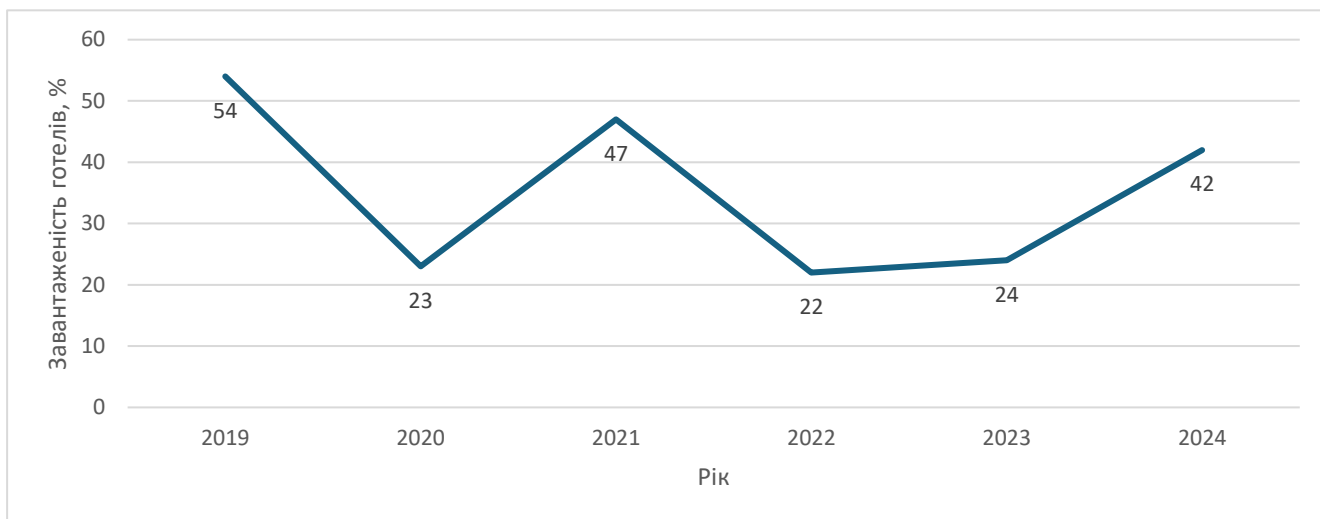


Рис. 1.1 – Динаміка середньої заповнюваності київських готелів у 2019–2024 роках

Джерело: розроблено автором за даними галузевих досліджень [11,12]

У 2021 році, на тлі певного поживлення внутрішнього туризму та ділової активності після локдаунів, середня заповнюваність номерів зросла до ~47%, але все ще залишалася нижчою за допандемічну [11].

Повномасштабне вторгнення росії у 2022 році знову обвалило показники: за підсумками 2022 року київські готелі були заповнені в середньому лише на 22% (проти ~50% у 2021 році) [12].

Лише з другої половини 2023 року ринок почав поступово відновлюватися – у січні-вересні 2024 року середнє завантаження вже досягло 42%, тоді як за аналогічний період 2023-го було лише 24% [13]. Це свідчить про адаптацію готелів до нових умов війни та поступове повернення попиту.

Паралельно зі змінами завантаженості відбувалися коливання у кількості готельних підприємств. У 2019 році на території Києва функціонувало близько 1700 готелів, а станом на 2024 рік – уже приблизно 1760 [11,12]. Динаміка кількості діючих готелів у столиці наведена на рис. 1.2.

Станом на 2024 рік, із загальної кількості готелів столиці умовно близько 40% становлять готелі ділового призначення, 25% – туристичні готелі, а решта 35% припадає на інші типи засобів розміщення, зокрема санаторії, пансіонати, мотелі та рекреаційні готелі [11,12].

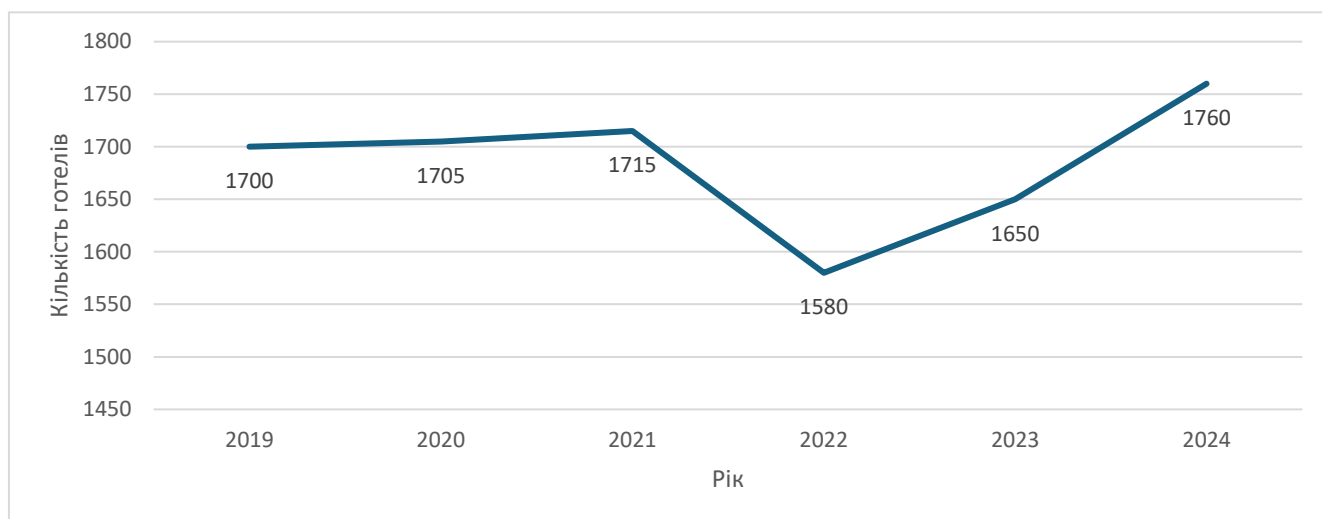


Рис. 1.2 – Динаміка зміни кількості готелів у м. Києві, 2019–2024 роки

Джерело: за даними галузевих досліджень [11,12]

Серед ділових готелів, які сформували окремий сегмент у структурі ринку, 20% мають категорію 5 зірок, 50% – 4 зірки, 20% – 3 зірки, а близько 10% – 1–2 зірки. Такий розподіл підтверджує, що більшість засобів розміщення цього сегмента орієнтовані на гостей із середнім і високим рівнем доходів, часто – корпоративного профілю. Більшість ділових готелів входить до міжнародних («Hilton», «Radisson», «InterContinental») або вітчизняних («Premier», «Optima») мереж або функціонує як самостійні об'єкти підвищеної комфортності («President Hotel», готель «Україна», готель «Дніпро») [11,12].

Загалом, аналіз динаміки розвитку готельних підприємств столиці свідчить, що київські готелі у 2019–2024 роках пройшли через фазу різкого спаду і наразі знаходяться на етапі повільного підйому. Ці тенденції та структурні зміни ринку створюють основу для подальшого дослідження специфіки надання послуг у сегменті готелів ділового призначення. Отже, логічним продовженням є перехід до аналізу асортименту послуг готелів ділового призначення м. Києва.

1.2 Аналіз асортименту послуг готелів ділового призначення м. Києва

Готель ділового призначення – це засіб тимчасового розміщення, основною цільовою аудиторією якого є бізнес-мандрівники, учасники ділових заходів, корпоративні клієнти, представники державних і міжнародних організацій. Такі готелі, як правило, розташовані у центральних або ділових районах міста та

вирізняються розвинутою інфраструктурою для проведення офіційних зустрічей, конференцій, переговорів і презентацій. [19].

Такі готелі надають базовий перелік основних послуг (проживання, харчування (сніданок), збереження речей і цінностей, доставка багажу в номер, користування стоянкою для автомобілів, безкоштовний інтернет у всіх номерах, послуга «будильник», міжміський та міжнародний зв'язок у всіх номерах) і зазвичай широкий асортимент додаткових. Зокрема, це трансферні послуги (зустріч в аеропорту або на вокзалі, транспортне обслуговування по місту чи на міжміські відстані), послуги пральні, прасування та хімчистки з можливістю термінового виконання замовлення, користування фітнес-залом, басейном або SPA-комплексом для фізичного відновлення й релаксації після робочого дня. Також обов'язковим елементом є розвинений консьєрж-сервіс: допомога з бронюванням квитків, столиків у ресторанах, екскурсій, надання місцевої інформації, замовлення доставки тощо [19].

В загальному асортименті послуг вагому частку займають саме послуги ділового призначення (бізнес-послуги), до них входить: користування конференц-залами різної місткості з користуванням сучасним мультимедійним обладнанням; користування переговорними кімнати; послуги бізнес-центрів з доступом до комп'ютерної техніки, принтерів, сканерів і факсів; послуги синхронного перекладу під час заходів; послуги технічного супроводу заходів (звук, освітлення, відео-трансляції); кейтеринг під час заходів [19].

Узагальнений аналіз асортименту додаткових послуг провідних готелів ділового призначення м. Києва наведений в табл. 1.1. Дані табл. 1.1 свідчать, що всі розглянуті готелі надають широкий спектр побутових послуг, таких як прання, хімчистка, прасування одягу, послуги перукаря та манікюру.

Усі шість готелів забезпечують гостей транспортними послугами, зокрема трансфером, стоянкою для авто, а також викликом таксі або прокатом автомобіля. Водночас лише деякі з них (зокрема «Premier Palace» і «Hilton Kyiv») пропонують додаткові опції, такі як зарядка електромобілів, що свідчить про орієнтацію на сучасні потреби ділових мандрівників [1,5].

Таблиця 1.1 – Порівняльний аналіз асортименту послуг провідних готелів ділового призначення м. Києва

Назва готелю	Послуги						
	Побутові	Транс-портні	Бан-ківські	Торгі-вельні	Спортивно-оздоровчі	Ділові	Дозвіллєві
Premier Palace Hotel	Прання, хімчистка, прасування одягу, послуги перукарні, доставка багажу, користування сейфом	Трансфер, прокат авто, паркінг, зарядка електроавто	Обмін валют, користування банкоматом на території готелю	Послуги міні-маркету продаж сувенірів	Користування фітнес-залом, СПА, джакузі, сауною, солярієм, басейном, послуги косметології, масажу	Користування конференц-залами (7), бізнес-центром, оренда техніки, послуги перекладача	Організація та проведення музичних, розважальних, подієвих, приватних та ділових заходів, послуги казино
Fairmont Grand Hotel	Прання, прасування одягу, послуги перукарні, доставка багажу, користування сейфом	Трансфер, паркінг, виклик таксі	Користування банкоматом на території готелю, обмін валют	Продаж косметики, аксесуарів	Користування басейном, фітнес-залом, спа-зоною, послуги масажу і обгортання	Користування конференц-залами (9), бізнес-центром, оренда техніки, послуги перекладача	Організація та проведення музичних, розважальних, подієвих, приватних та ділових заходів, послуги казино
Inter Continental Kyiv	Прання, прасування одягу послуги манікюру, стрижки, догляду за обличчям, користування сейфом	Трансфер, прокат авто, парковка, гараж	Користування банкоматом на території готелю	Продаж квитків, прикрас, преси	Користування фітнес-залом, спа-центром, сауною, послуги масажу і косметології	Користування конференц-залами (6), бізнес-центром, оренда техніки, послуги кейтерингу	Організація та проведення музичних, розважальних, подієвих, приватних та ділових заходів, послуги казино
Hilton Kyiv	Прання, хімчистка, прасування одягу, послуги салону краси, користування сейфом	Трансфер, гараж, стоянка, зарядка	Обмін валют, користування банкоматом на території готелю	Продаж сувенірів, квитків, ювелірних виробів	Користування фітнес-залом, сауною, хамамом, басейном, послуги пілінгу, обгортання, масажу	Користування конференц-залами (17), бізнес-центром, оренда техніки	Організація та проведення музичних, розважальних, подієвих, приватних та ділових заходів

Продовження табл. 1.1

Hyatt Regency Kyiv	Прання, хімчистка, прасування одягу, послуги перукарні, користування сейфом	Трансфер, паркування, виклик авто	Пункт обміну валют, користування банкоматом на території готелю	Продаж квитків на заходи, сувенірів	Користування фітнес-залом, гідромасажною ванною, хамамом, сауною, послуги по догляду за тілом, обличчям	Користування конференц-залами (8), бізнес-центром	Організація та проведення музичних, розважальних, подієвих, приватних та ділових заходів
Dnipro Hotel	Прання одягу, користування сейфом, послуги перукарні, манікюру	Стоянка, трансфер, таксі	Користування банкоматом на території готелю, обмін валют	Продаж сувенірів, послуги мінімаркету	Обмежені послуги (масаж за попереднім записом)	бізнес-центром, оренда техніки (3), бізнес-центром, оренда техніки	Організація та проведення музичних, розважальних, подієвих, приватних та ділових заходів

Джерело: розроблено автором за даними [1, 4-7, 20]

У сфері банківських послуг усі досліджувані готелі мають щонайменше банкомат на території, а більшість – і пункти обміну валют. Найширший набір банківських сервісів зафіксовано в готелі «InterContinental Kyiv», де, окрім банкомату, присутнє повноцінне відділення банку [4].

Торгівельні послуги в основному представлені продажем сувенірної продукції, косметики та проїзних квитків. У готелях категорії 5* («Fairmont», «Hilton», «Hyatt» та ін.) присутні міні-магазини або торгівельні кіоски продажу аксесуарів і ювелірних виробів [5-7]. Готель «Dnipro Hotel», незважаючи на менш розвинену інфраструктуру, також надає доступ до базових торгівельних функцій (наприклад, послуги мінімаркету і сувенірної лавки) [20].

Найбільш варіативною виявилась категорія спортивно-оздоровчих послуг. Готелі «Premier Palace», «Fairmont» і «InterContinental» мають власні SPA-комплекси з розвиненою інфраструктурою, включно з басейнами, саунами, джакузі, гідромасажними зонами, косметологічними послугами й індивідуальними процедурами [1,4,7]. Водночас готель «Dnipro Hotel» має обмежений набір оздоровчих сервісів, які потребують попереднього замовлення, що свідчить про позиціонування в нижчому підсегменті [20].

Усі проаналізовані готелі надають ділові послуги, хоча їхній рівень різниться. Стандартним набором є наявність конференц-залів, бізнес-центрів, оренди оргтехніки та послуг друку. У готелях вищого цінового сегмента – таких як «InterContinental» та «Fairmont» – доступні додаткові сервіси: послуги перекладача, кейтеринг під час заходів, персоналізований супровід подій [4,7]. Це дозволяє цим об'єктам ефективно конкурувати на ринку конференц-сервісу. Конференц-зали є основним простором для проведення ділових заходів і надання послуг ділового призначення, місткість найбільшого конференц-залу вищезгаданих готелів наведена на рис. 1.3.

Ця діаграма ілюструє різницю у масштабах заходів, які можуть прийняти готелі. Помітно, що Fairmont та Hilton здатні обслуговувати найбільші аудиторії (до 600 та 500 осіб відповідно), що робить їх популярними місцями для великих конференцій міжнародного рівня.

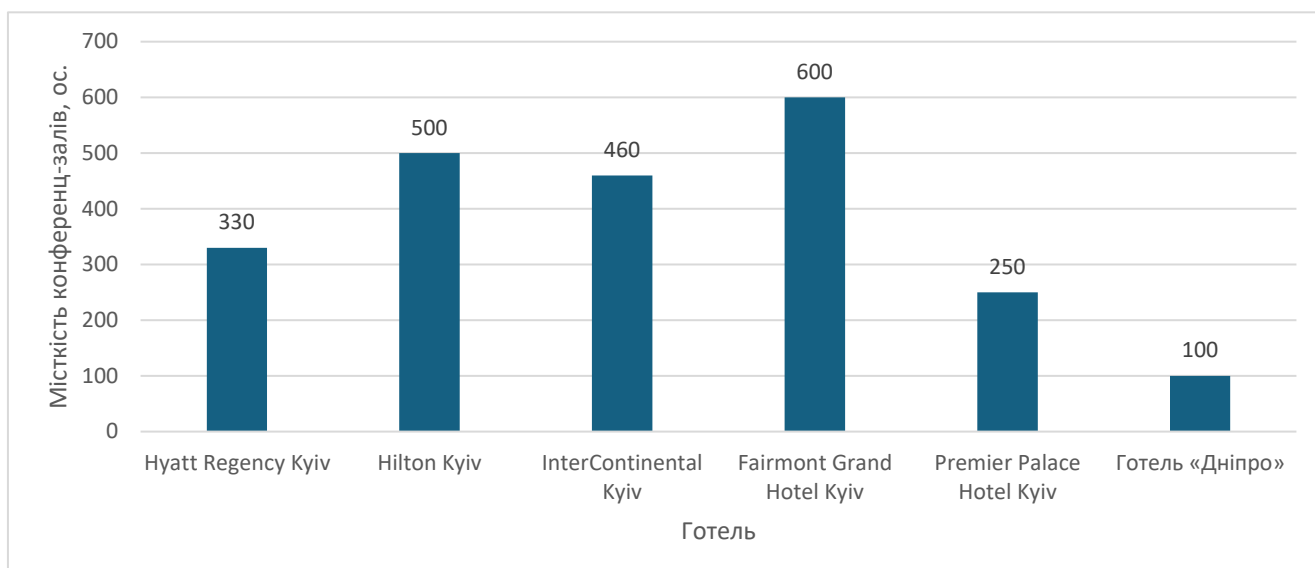


Рис. 1.3 – Максимальна місткість найбільшого конференц-залу провідних готелів ділового призначення м. Києва

Джерело: розроблено автором за даними [1, 4-7, 20]

Усі досліджувані готелі надають стандартний спектр дозвіллевих послуг, зокрема організацію та проведення музичних, розважальних, подієвих, приватних та ділових заходів. Водночас варто зазначити, що в готелях «InterContinental Kyiv», «Premier Palace Hotel Kyiv» та «Fairmont Grand Hotel Kyiv» додатково функціонують казино, що розширює їхню розважальну пропозицію для гостей [1,4,7].

Отже, аналіз спектру послуг столичних бізнес-готелів показує, що вони всебічно задовольняють потреби ділових мандрівників: від проведення конференцій та зустрічей до забезпечення трансферу й дозвілля гостей. Усі ці фактори формують конкурентні переваги готелів на бізнес-ринку Києва. У підсумку, розвинена інфраструктура послуг київських готелів стає підґрунтям для подальшого розвитку подієвих послуг (івент-менеджменту) у сфері гостинності столиці, що розглядається у наступному підрозділі 1.3.

1.3 Організація подієвих заходів в готелях ділового призначення м. Києва

Подієві заходи – це організовані події різного масштабу та спрямування, які мають чітко визначену мету, тематику, часові рамки й аудиторію, та проводяться з

метою комунікації, просування, розваги, навчання або створення соціального, культурного чи бізнес-ефекту. До подієвих заходів належать конференції, семінари, форуми, презентації, ділові зустрічі, а також урочисті події, фестивалі, виставки, концерти тощо [22].

У сучасній індустрії гостинності подієві послуги дедалі частіше розглядаються як важлива складова комплексного обслуговування, зокрема в готелях ділового формату. У Києві спостерігається зростання попиту на проведення не лише класичних конференцій, а й широкого спектру заходів: від камерних ділових зустрічей до гала-вечер, гастрономічних і благодійних подій, презентацій, тематичних вечорів, весіль, закритих клубних зустрічей, арт-заходів і фестивалів.

Так, готель Premier Palace у 2024 році залишався важливою локацією для культурних і ділових подій. У залі Premier Hall відбувся благодійний концерт Катерини Кропиви, під час якого зібрали 180 тисяч гривень на потреби військових [26]. Також у ресторані Atmosfera пройшла зустріч бізнес-клубу The One in Million [27], що свідчить про поєднання світських і ділових ініціатив у межах готелю.

Fairmont Grand Hotel Kyiv також зосередився на благодійності: у грудні 2024 року відбувся масштабний концерт «Все здійсниться!» з участю зірок та збором коштів для фонду «Світлий» [28]. Раніше, у березні того ж року, готель проводив вечірку до 8 березня в аналогічному форматі, підтверджуючи свою роль як місця для подій з акцентом на емоційну і соціальну підтримку.

InterContinental Kyiv став майданчиком для ділових форумів. У квітні 2024 року тут пройшов міжнародний PR-форум PRNext-24 [29], а в травні – SUP Day Forum, який зібрав понад 370 керівників бізнесу з усієї України [30]. Обидві події пройшли в офлайн-форматі та стали прикладами ефективного ділового нетворкінгу.

Hilton Kyiv поєднав світські й бізнес-ініціативи. Зокрема, влітку 2024 року відбувся Bazaar Beauty Brunch – подія від Harper's Bazaar, що об'єднала експертів галузі краси [31]. Окрім цього, готель приймав професійні зустрічі, зокрема присвячені післявоєнній відбудові та психологічній підтримці бізнесу.

Huatt Regency Kyiv проводив камерні заходи, дипломатичні прийоми та бізнес-наради. У грудні 2024 року готель організував різдвяний банкет, спрямований на створення святкової атмосфери в умовах війни [32]. Попри меншу масштабність, Huatt залишався осередком стабільного ділового та світського життя.

Готель «Дніпро» у 2024 році продовжив роботу в перехідному форматі, не проводячи масштабних подій, але приймаючи семінари, тренінги й круглі столи. Незважаючи на відсутність резонансних заходів, готель залишався дієвим учасником ділового середовища Києва [20].

У готельному середовищі столиці вже закладено низку факторів, які створюють підґрунтя для стійкого розвитку подієвих послуг. Ключові умови, що сприяють збереженню й подальшому зростанню цього сегмента навіть у кризових умовах систематизовані у табл. 1.2.

Таблиця 1.2 – Умови, що впливають на розвиток подієвих послуг в готелях Києва

Фактор	Вплив на розвиток
Попит на проведення подієвих заходів	Сприяє стабільному навантаженню на номерний фонд та конференц-інфраструктуру
Наявність обладнаних конференц-залів	Покращує конкурентоспроможність готелю
Активність міжнародних і гуманітарних організацій	Гарантує мінімальне завантаження номерного фонду навіть у кризу
Гнучкість у ціноутворенні та сервісі	Розширює клієнтську базу
Наявність спеціалістів зі смарт-організації івентів	Дозволяє адаптувати послуги під потреби замовника

Джерело: розроблено автором за даними [20-21,23-24]

Сьогодні подієві послуги в готелях виходять за межі традиційного розуміння дозвілля – вони формують окремий напрямок діяльності, що потребує власної організаційної структури, кадрової підтримки, чітких бізнес-процесів та системи оцінювання ефективності. За умови належного управління, івент-напрямок може стати стабільним джерелом доходу готелю, менш залежним від сезонності чи коливань туристичного ринку. У цьому контексті розглянуті основні проблеми, які гальмують розвиток подієвих послуг у готелях м. Києва.

Перевагою готелів ділового призначення є наявність комплексної інфраструктури, що дозволяє забезпечувати повний цикл подієвого

обслуговування – від розміщення та кейтерингу до охорони, логістики та технічного супроводу, що робить їх привабливими для організаторів культурних, благодійних і світських заходів, які зацікавлені в оптимізації витрат часу та ресурсів. Однак не всі готелі Києва змогли ефективно адаптувати свою внутрішню структуру до оновлених запитів у сфері подієвого дозвілля. У більшості випадків ця сфера функціонує на перетині між службою банкетного обслуговування, відділом продажів і адміністративною частиною. Зокрема, типові проблеми, які перешкоджають повноцінному розвитку подієвих послуг в готелях столиці, наведено в табл. 1.3.

Таблиця 1.3 – Сучасні проблеми в наданні подієвих послуг у готелях м. Києва

Аспект проблеми	Наслідки для діяльності
Нестача кваліфікованого персоналу	Зниження рівня сервісу під час вечірок, свят, бранчів; перевантаження наявних працівників
Відсутність виділеної івент-служби	Непрозорий розподіл обов'язків, складнощі з координацією дозвіллевих форматів
Розірвана комунікація між підрозділами	Втрата єдиної концепції події, дублювання зусиль або суперечливі дії
Робота із зовнішніми організаторами без внутрішніх регламентів	Складність контролю якості, нерівномірність рівня обслуговування
Недостатня підготовка персоналу саме у сфері event-дозвілля	Відсутність стандартів поведінки, етикету та сценарної роботи з гостями
Подієві сервіси не враховуються в системі управлінського обліку	Неможливість оцінити дохідність і ефективність заходів для стратегічного планування

Джерело: розроблено автором за даними [20-21,23-24]

Аналіз таблиці 1.3 показує, що основні проблеми подієвого дозвілля в київських готелях мають організаційний і кадровий характер. Відсутність івент-служби, слабка комунікація між підрозділами та нестача підготовленого персоналу знижують якість заходів. Залучення зовнішніх підрядників без внутрішніх стандартів ускладнює контроль сервісу, а нехтування аналітикою не дозволяє оцінити прибутковість напряму.

Отже, сучасні готелі Києва дедалі більше тяжіють до формату багатофункціонального середовища, де подієве дозвілля виступає не доповненням, а рівнозначною складовою сервісної пропозиції. Але попри наявну інфраструктуру, чимало закладів поки не мають повноцінної управлінської вертикалі для роботи з дозвіллевими форматами, що обмежує їхню гнучкість і прибутковість.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЮ «PREMIER PALACE»

2.1 Загальна характеристика готелю «Premier Palace»

«Прем'єр Палац» – це флагман серед готельних підприємств столиці, який поєднує в собі естетику історичної будівлі початку ХХ століття та сучасну філософію обслуговування (рис. 2.1).



Рис. 2.1 – Готель «Прем'єр Палац» - екстер'єр

Джерело: [1]

Готель розташований у центральній частині Києва, на бульварі Тараса Шевченка 5-7/29, що надає йому вигідне розташування (рис. 2.2).

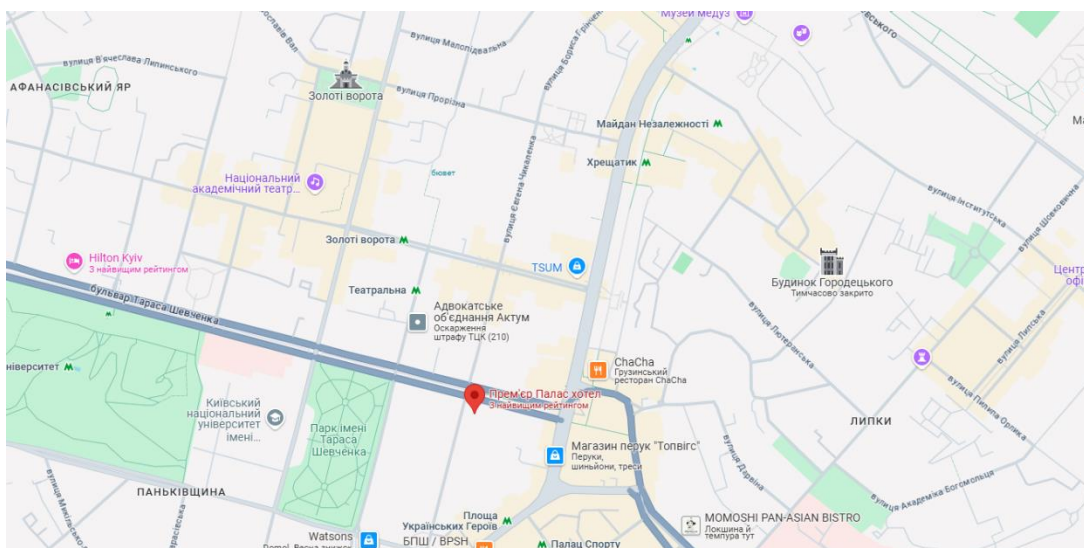


Рис. 2.2 – Розташування готелю «Premier Palace» на карті

Джерело: [2]

Поруч з засобом розміщення знаходяться ключові ділові та культурні об'єкти міста, зокрема урядові установи, бізнес-центри, театри й музеї. Це формує комфортне середовище як для бізнес-туристів, так і для гостей, які відвідують Київ із пізнавальною метою [2].

Юридично підприємство зареєстроване як ПрАТ «Premier Palace» і функціонує у формі приватної власності [3]. Готель має категорію 5* і є стаціонарним засобом розміщення з цілорічним цілодобовим графіком роботи з припиненням роботи під час повітряних тривог і комендантської години.

«Premier Palace» має 8 поверхів і місткість у 289 номерів, що розраховані на понад 500 гостей одночасно [1]. У номерному фонді представлений широкий вибір номерів – від класичних одномісних до розкішних люксів і сімейних апартаментів. Стиль оформлення витримано в традиціях європейської класики: у дизайні використовуються натуральні матеріали, гобелени, авторські меблі та теплі кольори. Окрім стандартних номерів для ділових гостей, у готелі передбачені просторі варіанти категорії «Прем'єр», «Делюкс» і тематичні люкси [1].

Контингент готелю – це переважно представники ділових кіл, бізнес-подорожуючі, іноземні делегації, а також заможні туристи, які очікують не просто розміщення, а персоналізованого сервісу та високого рівня комфорту.

Отже, готель «Premier Palace» є яскравим прикладом сучасного готельного підприємства високого рівня, що поєднує естетичну привабливість, зручне розташування та високоякісний сервіс.

2.2 Організаційно-технологічні аспекти діяльності готелю «Premier Palace»

2.2.1 Організація обслуговування в засобі розміщення

Готель «Premier Palace» забезпечує широкий спектр послуг, орієнтованих як на комфортне проживання, так і на задоволення ділових і дозвіллевих потреб гостей. До основних послуг належать: проживання в номері відповідної категорії, харчування, користування Wi-Fi, індивідуальним сейфом. За бажанням гостей, без додаткової оплати надається можливість тимчасового користування наступними

предметами та пристроями [1]:

- настільними іграми (шахами, шашками, нардами);
- фітнес-інвентарем (килимком для йоги або фітнесу);
- побутовими аксесуарами (феном, напольними вагами, гребінцем);
- гігієнічними наборами (зубною щіткою й пастою, набором для гоління, косметичним набором з ватними паличками та дисками);
- різновидами подушок для комфортного сну (латексною, пуховою, анатомічною, дитячою);
- зарядними пристроями (Apple, Mini-USB);
- розважальними пристроями (ігровою приставкою Sony PlayStation, USB-джойстиком, приставкою Google Chrome 2, станцією I-dock).

Додаткові послуги: трансфер, оренда автомобіля, хімчистка, послуги салону краси, користування SPA-комплексом, басейном та фітнес-залою, послуги проведення банкетів, користування конференц-залами, надання бізнес-послуг, дозвіллєві послуги [1].

У готелі «Premier Palace» процес обслуговування споживачів побудований на основі класичного гостьового циклу, що охоплює увесь шлях гостя – від моменту планування поїздки до завершення перебування й післяобслуговування. Цей цикл умовно поділяється на кілька послідовних етапів, кожен з яких супроводжується діями окремих служб і передбачає використання сучасного програмного забезпечення для ефективного ведення обліку, контролю якості та підвищення зручності для гостей.

Процес взаємодії з гостем починається з бронювання. Потенційний відвідувач може здійснити попереднє замовлення номера через сайт готелю, електронну пошту, по телефону, через туристичне агентство або міжнародні агрегатори бронювання. Опрацюванням таких заявок займається відділ бронювання, яка фіксує запити у спеціалізованій системі «OPERA PMS».

Коли гість прибуває до готелю, в роботу активно включається служба прийому та розміщення. Її основна зона – рецепція – розташована у центральній частині вестибюлю для зручності та візуальної доступності. Персонал служби

прийому і розміщення здійснює вітання, перевіряє наявність бронювання, уточнює персональні дані, проводить ідентифікацію особи та вносить відповідну інформацію до бази даних. Уся процедура реєстрації відбувається швидко й комфортно завдяки автоматизованому обліку та електронному документообігу. Гостю надається ключ-карта, а також інформація щодо додаткових послуг готелю. Окрім основної послуги – проживання, гість може скористатися послугою харчування: персонал служби прийому і розміщення повідомляє гостя про час і місце сніданку. З 7 ранку до 11 гість прибуває до ресторану “Ikigai”, де може поснідати за формою «шведський стіл».

Після реєстрації персонал супроводжує гостя або скеровує його до ліфтової зони.

Під час перебування гостя в готелі він може скористатися комплексом додаткових послуг, описаних у попередньому розділі.

За потреби гість може скористатися додатковими послугами, які не входять до вартості проживання, технологічний процес надання таких послуг, включає такі етапи.

На першому етапі – інформування – гість отримує перелік доступних додаткових послуг у друкованому або електронному або усному форматі під час реєстрації, а також може ознайомитися з ними через внутрішній портал, мобільний застосунок або за допомогою адміністратора служби розміщення.

Другий етап – ініціювання замовлення. Гість самостійно або через персонал (консьєржа, адміністратора, покоївку) робить запит на ту чи іншу послугу. Залежно від типу послуги (наприклад, замовлення трансферу, бронювання SPA-процедури чи користування конференц-залом), запит передається до відповідного підрозділу.

Третій етап – підтвердження та організація виконання. Служба, відповідальна за надання послуги, перевіряє її доступність, погоджує з гостем деталі (час, вартість, спосіб виконання) та фіксує підтвердження замовлення в системі «Opera PMS».

На четвертому етапі – надання послуги – відповідний підрозділ виконує замовлення. Це може бути підготовка залу, організація трансферу, надання

обладнання чи проведення процедури.

Заключний етап – реєстрація та облік. Уся інформація про фактично надану послугу, її обсяг і вартість автоматично вноситься до профілю гостя в системі «Opera PMS» для подальшого включення до остаточного рахунку при виїзді.

В день від'їзду гість може скористатися стандартною процедурою виїзду або послугою експрес-чекауту. Працівник рецепції здійснює остаточну звірку наданих послуг, узгоджує рахунок, формує фіскальний документ і фіксує завершення проживання. Розрахунок може здійснюватися готівкою, банківською карткою або шляхом безготівкового переказу згідно з попередньо укладеними домовленостями.

Завершальним етапом обслуговування є післяобслуговування, коли інформація про гостя передається до бази постійних клієнтів. На основі накопичених даних (історії проживання, вподобань, реакцій на сервіси) формується гостьовий профіль, що дає змогу надалі персоналізувати обслуговування. Служба маркетингу може надіслати подяку за перебування, запросити на акційні події або запропонувати спеціальні умови на повторне бронювання. Відгуки гостей аналізуються з метою вдосконалення сервісів і внутрішніх процесів.

У готелі «Premier Palace» впроваджено сучасне програмне забезпечення, що забезпечує комплексну автоматизацію основних бізнес-процесів. Основною платформою для управління операційною діяльністю є програмний комплекс «Opera PMS», який забезпечує ведення обліку номерного фонду, бронювань, прибуття та вибуття гостей, а також інтеграцію з іншими службами готелю. Для управління взаємодією з постійними гостями та організації маркетингових кампаній використовується CRM-система «SalesForce», що дозволяє акумулювати дані про гостей, персоналізувати пропозиції та формувати базу лояльності.

Для ведення фінансової звітності, аналітики та внутрішнього документообігу активно використовується «Microsoft Excel», який є інструментом для формування внутрішніх звітів, обчислень і графічного аналізу. У сфері інформаційної безпеки застосовуються спеціалізовані рішення, зокрема «Kaspersky

Endpoint Security» для захисту робочих станцій та системи контролю доступу на базі «ZKTeco».

Отже, організація процесу обслуговування в готелі «Premier Palace» реалізується на високому професійному рівні, із дотриманням чіткої етапності та використанням сучасних цифрових інструментів. Кожна фаза гостьового циклу – від бронювання до післяобслуговування – супроводжується роботою профільних служб, що діють скоординовано та злагоджено.

2.2.2 Організаційна структура готельного підприємства

Послуги, які були описані в попередньому підрозділі, надаються працівниками таких служб: служба прийому та розміщення, служба управління номерним фондом, служба ресторанного господарства, рекреаційна служба, інженерно-технічна служба, служба безпеки, фінансова служба, адміністративно-управлінська служба.

Організаційна структура управління готелем «Premier Palace» (додаток Б) за своїм типом є лінійно-функціональною, що означає, що керівництво здійснюється за принципом вертикального підпорядкування, де кожна служба має чітко визначені функції та звітує безпосередньо генеральному директору або уповноваженим керівникам. Така модель поєднує централізоване управління з функціональним поділом праці: основні напрями діяльності – адміністративний, господарський, технічний, фінансовий, сервісний та рекреаційний – закріплені за відповідними службами та відділами. В межах цієї структури відповідальність розподілена за функціональною ознакою, що дозволяє уникати дублювання обов'язків та забезпечує спеціалізацію персоналу. Водночас лінійна вертикаль зберігає контроль і підзвітність кожної ланки, що сприяє узгодженості дій усіх підрозділів готелю.

Служба прийому та розміщення включає начальника служби, головного адміністратора, чергових адміністраторів, порт'є та консьєржа. До складу також входить відділ бронювання, де працюють службовці з бронювання. Цей персонал відповідає за зустріч гостей, реєстрацію, поселення і виселення, надання довідкової

інформації, бронювання номерів, а також організацію трансферів, продажу сувенірів, надання екскурсій і бізнес-послуг. Саме ця служба, поряд із службою ресторанного господарства, виконує функції з організації подієвих заходів у готелі, оскільки окремої івент-служби не створено.

Служба управління номерним фондом підпорядковується начальнику служби. До її складу входять заступник начальника, супервайзер, старша покоївка, покоївки, прибиральниці, завідувач білизняної, завідувач пральні та працівники пральні. Персонал цієї служби відповідає за підготовку номерів до заселення, прибирання, заміну білизни, прання, прасування.

Служба ресторанного господарства очолюється начальником служби. У ній працюють менеджери закладів ресторанного господарства: «Ikigai», «Terracota», «Bar 1909», «Atmosfera». Виробничу частину представляють шеф-кухарі, заступники шеф-кухарів в організації виробництва, головні заступники шеф-кухарів, комірник, кухарі, помічники кухарів, а також технічний персонал, який здійснює миття посуду та прибирання. Обслуговування здійснюється адміністраторами, старшими офіціантами, офіціантами та барменами. Працівники цієї служби готують і подають сніданки, обіди, напої, обслуговують гостей, організовують банкети, фуршети, конференц-обслуговування, а також заходи за індивідуальними запитами.

Рекреаційна служба включає начальника служби та заступника начальника. У складі працюють тренери і помічники тренерів фітнес-центру, працівники SPA-комплексу – масажисти, косметологи, працівники солярію, а також технічний персонал. Ця служба відповідає за надання спортивних і оздоровчих послуг, доглядові процедури, підтримання технічного стану фітнес-зони, басейну, сауни.

Інженерно-технічна служба складається з кількох підрозділів. У відділі інформаційних технологій працює менеджер, а також інженери з комп'ютерного обладнання. Головний інженер координує роботу слюсарів-механіків та ліфтера. Головний енергетик керує роботою електриків. Служба забезпечує технічне обслуговування будівлі, мереж, обладнання, інженерних комунікацій і зв'язку.

Служба безпеки складається з начальника служби безпеки, охоронців і

фахівців з кібербезпеки. Працівники служби контролюють доступ до готелю, здійснюють патрулювання, реагують на нештатні ситуації та захищають інформаційні ресурси.

Фінансова служба охоплює бухгалтерію, відділ фінансово-економічної безпеки та відділ фінансового контролю. У бухгалтерії працює головний бухгалтер і бухгалтери. У відділі фінансово-економічної безпеки – головний економіст і фахівці з фінансово-економічної безпеки. У відділі фінансового контролю – головний фінансист і фахівці з фінансового контролю. Служба забезпечує ведення обліку, звітності, аналіз доходів і витрат, фінансову безпеку і контроль ефективності витрачання ресурсів.

Адміністративно-управлінська служба охоплює відділ управління персоналом, відділ охорони праці, юридичний відділ, відділ продажів, відділ маркетингу, відділ постачання та департамент консультування та розвитку готельного бізнесу. У кожному з відділів працює начальник відділу та штатні працівники. Вони здійснюють підбір і супровід персоналу, контроль за умовами праці, юридичне забезпечення, закупівлі товарів і матеріалів, просування послуг, аналітику ринку, розробку рекламних кампаній, супровід продажів і стратегічний розвиток готельного бізнесу.

Відділ інформаційних технологій (у складі інженерно-технічної служби) забезпечує роботу комп'ютерної техніки, програмного забезпечення та мережевого середовища, а також надає підтримку персоналу в разі технічних несправностей.

Відділ охорони праці відповідає за впровадження інструкцій і регламентів з безпеки, організовує навчання персоналу, проводить контроль умов праці та розслідування інцидентів.

Юридичний відділ складається з начальника і штатних юристів. Вони супроводжують договори, представляють інтереси готелю в разі правових спорів і слідкують за дотриманням вимог чинного законодавства.

Аналізуючи організаційну структуру підприємства, можна зробити висновок, що вона хоч і має розгалужену побудову з поділом за функціональними напрямками, але не передбачає окремого підрозділу для організації подієвих заходів,

в тому числі й ділових. Відповідальність за цей напрям розподілена між кількома службами (служба прийому і розміщення, служба ресторанного господарства), що ускладнює координацію та знижує ефективність під час підготовки подій.

2.2.3 Функціональна організація приміщень

У готелі «Premier Palace» послуги надаються персоналом служб, які описані в попередньому підрозділі, у відповідних приміщеннях, які поділені на функціональні групи.

Приймально-вестибюльна група знаходиться на першому поверсі та включає вестибюль, зону відпочинку та очікування, зону для приймання та розміщення гостей, зберігання та транспортування багажу, гардероб, санвузли для гостей, відділення консьєржу. Усі ці простори організовані так, щоб забезпечити гостю комфорт з моменту входу до готелю, сприяти орієнтації в просторі та сформуванню позитивне перше враження.

Житлова група складається з номерів різних типів (табл. 2.1), холів, коридорів і приміщень для поповерхового обслуговування.

Таблиця 2.1 – Номерний фонд готелю «Premier Palace»

Тип номеру	Місткість, ос.	Площа, м ²	Кількість номерів даного типу, шт	Додаткові характеристики
Номер Прем'єр з широким ліжком з балконом	2	31	30	Ширина ліжка 180 см (King Size). Номер ідеально підходить для пар та ділових людей, які потребують більше комфорту. Можливе розміщення в номері з одним широким ліжком.
Класичний двомісний з балконом	2	26	10	Ширина ліжка 160 см. Номер чудово підходить для тих, хто подорожує один або приїхав у Київ у службових справах.
Класичний одномісний номер	1	23	59 (з них 3 для маломобільних груп населення)	Ширина ліжка 140 см. Серед номерів цієї категорії є 3 номери з адаптованими ванними кімнатами для маломобільних груп населення
Класичний двомісний номер	2	26	63	Ширина ліжка 160 см. Номер чудово підходить для тих, хто подорожує один або приїхав у Київ у службових справах.
Номер Прем'єр	2	30	45	Два окремі ліжка завширшки від 100 до 120 см кожне. Можливе розміщення в номері з одним або двома роздільними ліжками.

Продовження табл. 2.1

Номер Прем'єр широким ліжком	3	2	30,3	40	Ширина ліжка 180 см (King Size). Номер ідеально підходить для пар та ділових людей, які потребують більше комфорту. Можливе розміщення в номері з одним широким ліжком.
Делюкс		2	37	11	Номер складається з вітальні та спальні. В номері – гостьовий туалет та ванна кімната (обладнана біде). Ширина ліжка від 160 см.
Двокімнатний люкс		2	54	7	Номер складається з вітальні та спальні. В номері – гостьовий туалет та ванна кімната (обладнана біде). Ширина ліжка від 160 до 180 см.
Сімейний номер		4	60	2	Ліжка шириною 160 см та 140 см. Номер ідеально підходить для сімей з дітьми, оскільки складається із двох спалень із окремим входом та дверима між кімнатами. До кожної спальні прилягає окремий санвузол, телевізор та безкоштовний Wi-Fi.

Джерело: [1]

Номерний фонд готелю «Premier Palace» охоплює широкий спектр типів номерів, що дозволяє задовольнити потреби різних цільових груп – від одномісного розміщення до комфортного проживання сімей або VIP-гостей. Усі номери вирізняються продуманим зонуванням, високим рівнем оснащення та відповідністю міжнародним стандартам п'ятизіркового готелю. Також в готелі є 3 номери для маломобільних груп населення (класичний одномісний номер), які адаптовані під потреби гостей (поручні, широкі проходи, відповідна сантехніка) [1].

Група адміністративних приміщень охоплює кабінети керівників, бухгалтерії, кадрового відділу, планового та інших служб управління. Вона розміщена в межах основної будівлі готелю для зручної координації управлінських процесів.

Службово-господарські приміщення використовуються для матеріального забезпечення, зберігання інвентарю, побутового обслуговування та технічного обслуговування готелю.

Приміщення фізкультурно-оздоровчого призначення в готелі «Premier Palace» представлені розвинутою інфраструктурою під назвою «Wellness Club». Клуб складається з фітнес-зали, зали для занять аеробікою, студії pole dance, SPA-

комплексу, масажних кабінетів, солярію, душових, роздягалень та басейну [1].

Фітнес-зал працює щоденно з 07:00 до 21:00 і оснащений сучасним обладнанням для кардіо- та силових тренувань [1]. У фітнес-просторі проводяться індивідуальні заняття з персональними тренерами.

SPA-комплекс включає фінську сауну, римську парну, джакузі, VIP-сауну та спеціально облаштовану релакс-зону та масажні кабінети. Оздоровчий простір функціонує щодня з 09:00 до 21:00 [1]. В комплексі надаються не лише можливості для активного дозвілля та релаксації гостей, а й сприяє їхньому фізичному відновленню, зниженню рівня стресу та покращенню загального самопочуття.

Приміщення побутового обслуговування охоплюють хімчистку, салон краси та сувенірну лавку при вестибюлі (де продають одяг, сувеніри, побутові предмети, ювелірні вироби, картини, книги) – ці сервіси доповнюють загальну концепцію готелю як простору, де враховані всі потреби сучасного споживача.

Приміщення ділової діяльності представлені конференц-залами, які вирізняються продуманою архітектурою, функціональністю та різноманітним форматом розміщення, що дозволяє проводити заходи різного масштабу – від закритих переговорів до масштабних бізнес-форумів (табл. 2.2).

Таблиця 2.2 – Характеристика конференц-залів готелю «Premier Palace»

Тип залу	Параметри			Розміщення / Кількість гостей					
	Пло-ща, кв.м	Прир-о-дне освіт-лення	По-верх	Круг-лий стіл	Літе-ра П	Клас	Фур-шет	Те-атр	Бан-кет
Софіївський Гранд холл	305	-	2	90	120	180	400	350	200
Софіївський ABE/CDE	196	-	2	50	50	100	150	170	120
Софіївський A/B/C/D	62	-	2	26	24	30	40	50	30
Софіївський AB/CD	127	-	2	40	35	70	100	120	80
Хол Незламний	326	-	-1	60	56	80	300	210	-
Хол Незламний	326	-	-1	60	56	80	300	210	-
Андріївський зал	76	-	-1	45	40	35	50	90	-
Конференц-зал "Печерський"	46	-	-1	16	-	20	40	35	-
Михайлівський зал	32	✓	2		12	15	-	20	-
Володимирський зал	36	✓	2	24	20	22	-	30	-
Покровський зал	90	✓	2	40	36	32	-	75	-
Іллінський зал	19.8	✓	2	12	-	-	-	-	-

Джерело: [1]

Усі зали оснащені сучасною мультимедійною технікою, системами звуку, проєкційним обладнанням і можливістю організації синхронного перекладу (українська, англійська, німецька, французька мови) [1].

Функціональна організація приміщень готелю «Premier Palace» є раціональною, відповідною до вимог готелю 5* та міжнародних стандартів. Чітке розмежування простору на групи – житлову, приймально-вестибюльну, адміністративну, службово-господарську, фізкультурно-оздоровчу та ділової діяльності дозволяє забезпечити безперебійну роботу готелю, високий рівень комфорту для гостей та ефективну діяльність персоналу.

2.2.4 SWOT-аналіз діяльності готелю «Premier Palace»

З метою оцінки внутрішнього потенціалу та зовнішніх чинників, що впливають на діяльність готелю «Premier Palace», було здійснено SWOT-аналіз (табл. 2.3).

Таблиця 2.3 – SWOT-аналіз готелю «Premier Palace»

Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> – Високий рівень сервісу відповідно до стандартів 5* – Зручне розташування в центрі Києва – Розвинена інфраструктура (SPA-комплекс, ресторани, конференц-зали) – Багаторічна історія та впізнаваність бренду – Великий номерний фонд з різними типами номерів – Наявність номерів для маломобільних груп населення 	<ul style="list-style-type: none"> – Відсутність чітко структурованого підрозділу з організації подієвих заходів – Сезонність деяких закладів (наприклад, «Атмосфера» працює лише в теплий період) – Часткове дублювання функцій між службами – Перевантаження персоналу під час масштабних івентів через слабку координацію
Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> – Формування окремої служби організації подій (МІСЕ-напряму) – Розширення партнерських програм з міжнародними компаніями та турагентствами – Впровадження цифрових інструментів управління заходами – Використання ресторану «Terracota» як майданчика під події – Запуск оновленої SMM-стратегії для просування послуг 	<ul style="list-style-type: none"> – Економічна нестабільність і зниження ділової активності – Вплив воєнного стану на туристичний потік – Зростаюча конкуренція з боку нових готелів і міжнародних мереж – Ризики відключення енергопостачання та інші технічні загрози – Зміна уподобань туристів щодо надання послуг

Джерело: розроблено автором

Аналіз дозволив виявити як сильні сторони підприємства, так і ті аспекти,

які потребують удосконалення, а також визначити можливості розвитку та загрози, що виникають в умовах зовнішнього середовища.

Готель «Premier Palace» вирізняється високим рівнем сервісу, що відповідає стандартам п'ятизіркових готелів, що підтверджується як міжнародними сертифікаціями, так і відгуками гостей. Його локація в самому центрі Києва формує додаткову конкурентну перевагу, особливо в сегменті ділового туризму. Розвинена інфраструктура – наявність ресторанів, SPA-комплексу, фітнес-зони та конференц-просторів – дозволяє забезпечити широкий спектр послуг для різних категорій гостей. Okремо варто зазначити інклюзивність житлової групи приміщень: готель має номери, адаптовані для гостей з інвалідністю, що свідчить про соціальну відповідальність і сучасний підхід до сервісу.

Незважаючи на сильну організаційну структуру управління, у готелі відсутній окремий формалізований підрозділ, відповідальний за організацію подієвих заходів, що призводить до фрагментарного розподілу обов'язків і зниження ефективності цього напрямку. Сезонність деяких підрозділів, зокрема ресторану «Atmosfera», зменшує обсяг доступних сервісів упродовж року. Також фіксується часткове дублювання функцій між службою прийому та розміщення і службою ресторанного господарства, які одночасно залучені до організації заходів без чіткого розмежування відповідальності.

Готель має значний потенціал для розвитку подієвого напрямку (MICE) – шляхом створення окремої служби з івент-менеджменту, запровадження CRM-систем для обліку замовлень, покращення комунікації між службами. Відновлення діяльності ресторану «Terracota» як спеціалізованого івент-простору дозволить збільшити дохідність від корпоративних і приватних заходів. Також перспективним є розширення партнерств із міжнародними агентствами, що працюють у сфері організації подій, і цифровізація просування послуг через SMM.

Основними зовнішніми загрозами для готелю залишаються економічна нестабільність, зниження обсягів ділової активності, воєнний стан і пов'язані з ним обмеження, які негативно впливають як на туристичний потік, так і на ділові поїздки. Посилюється конкуренція на ринку – як з боку нових готелів, так і з боку

міжнародних мереж, які поступово відновлюють свою присутність в Україні. До технічних ризиків варто віднести потенційні перебої з енергопостачанням, що можуть знижувати якість наданих послуг, особливо під час організації масштабних заходів. Додатковим викликом стає зміна уподобань туристів і замовників подієвих послуг, які все частіше надають перевагу інноваційним форматам дозвілля, гнучкості в обслуговуванні та нестандартним локаціям, що вимагає від готелю адаптивності та переосмислення підходів до сервісу.

У результаті проведеного аналізу можна зробити висновок, що готель «Premier Palace» має потужну матеріально-технічну базу, вигідне розташування та високий рівень обслуговування, що забезпечує йому стабільні конкурентні позиції на ринку. Водночас відсутність структурованого підрозділу з організації подій та наявні внутрішні неузгодженості стримують реалізацію потенціалу у сфері подієвого сервісу. За умови усунення наявних організаційних бар'єрів і адаптації до зовнішніх викликів, зокрема змін споживчих уподобань, готель має перспективи для ефективного розвитку напряму MICE і зміцнення своєї ролі як провідного івент-майданчика столиці.

2.3 Дослідження організації подієвих заходів в готелі «Premier Palace»

Організація подієвих заходів у готелях високої категорії потребує не лише відповідної матеріально-технічної бази, а й професійно вибудованого процесу управління, в якому важливе значення мають координація між підрозділами, якість сервісу та здатність швидко адаптуватися до запитів замовника. Готель «Premier Palace», як флагманський заклад мережі Premier, вже тривалий час виступає одним із найбільш привабливих і престижних майданчиків для проведення заходів у столиці. При цьому формат подій, які тут відбуваються, надзвичайно широкий – від високорівневих ділових конференцій до культурних виступів і камерних благодійних вечорів. За рік готель проводить понад 100 заходів різного формату [1].

За останні роки готель зарекомендував себе як постійний майданчик для проведення масштабних ділових подій – зокрема, таких як Ukrainian Arbitration

Forum, Business & Legal Energy Forum, Business & Legal IT Forum [35]. Їх учасниками є фахівці з провідних юридичних, фінансових та ІТ-компаній, що підкреслює статус «Прем'єр Палацу» як платформи для міжгалузевого професійного діалогу. Водночас готель активно розвиває культурно-розважальний напрямок: у його стінах відбуваються джазові вечори з Олексієм Коганом, музичні шоу за участю українських виконавців [33], святкові новорічні програми для дітей на кшталт «Christmas Dreams» [34]. Простори готелю також використовуються для організації весільних церемоній, благодійних аукціонів і фуршетів у закритому форматі. Розподіл типів заходів, що проводяться в готелі, подано в табл. 2.4.

Таблиця 2.4 – Типи заходів у готелі та особливості проведення

Тип заходу	Простір проведення	Особливості
Ділові конференції	Усі конференц-зали готелю	До 400 осіб, повне технічне оснащення
Весільні церемонії	Ресторани «Atmosfera», «Terracotta»	Панорамний вигляд, окремі ліфти для гостей
Благодійні вечори	Бар 1909, зал в укритті	Формат фуршетів, акустичний рояль
Культурні події	Михайлівський та Володимирський зали	Камерність, джазові вечори, авторські концерти
Дитячі свята	Ресторани готелю, укриття	Тематика свят, участь аніматорів, оформлення

Джерело: розроблено автором

Для наочного уявлення про пріоритети в структурі подієвого навантаження на готель було здійснено умовне розподілення заходів за категоріями (рис. 2.3).

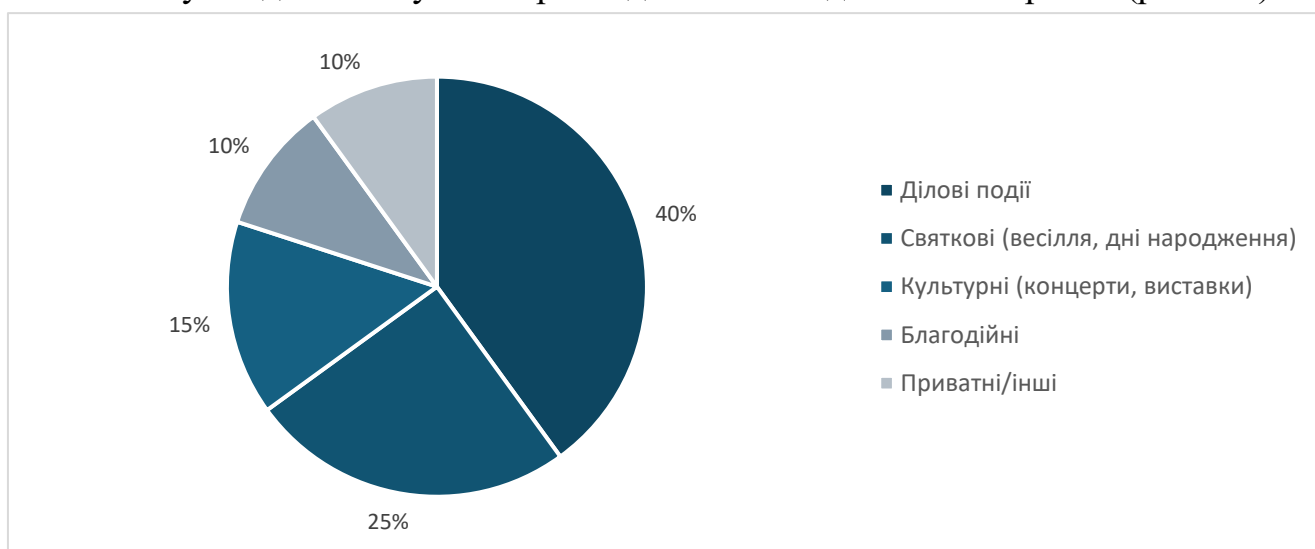


Рис. 2.3 – Сегментація подієвих заходів за типами у готелі «Premier Palace»

Джерело: розроблено автором

Як показано на рис. 2.3, найбільшу частку становлять ділові заходи, що

відповідає загальній спеціалізації «Прем'єр Палацу» як готелю ділового класу. Проте значна увага приділяється й святковим подіям, культурним вечорам, а також благодійним ініціативам.

Насамперед варто зазначити, що «Premier Palace» цілеспрямовано орієнтується на MICE-сегмент (meetings, incentives, conferences, exhibitions), що відображено у фірмовій концепції Ideal Meeting. Ця модель передбачає чітке логістичне планування події, повне технічне забезпечення та персональний супровід заходу професійним координатором. Крім того, гостям пропонуються тематичні кава-брейки, бізнес-ланчі, буфети та коктейлі, адаптовані до формату події. Важливою складовою є й екологічна політика: використання скляного посуду, сортування друкованої продукції після заходів та оптимізація енергоспоживання входять до стандартного сценарію організації події. Концепція також передбачає швидкісний інтернет, доступний на всій території конференц-зон, що особливо актуально для гібридних форматів подій та онлайн-трансляцій.

Проте, попри наявність сучасної концепції та якісної технічної бази, під час дослідження було виявлено низку організаційних проблем. Найбільш значущою з них є відсутність окремої структурної одиниці, яка б відповідала виключно за організацію подієвих заходів, в тому числі і ділових. На практиці ці функції розділяються між кількома службами – адміністративною, службою прийому та розміщення і службою ресторанного господарства, що ускладнює комунікацію, призводить до дублювання функцій і формує високий ризик виникнення помилок у деталях. Особливо гостро ці недоліки проявляються у випадках, коли в один день проводиться кілька подій одночасно. Основні проблеми, їх наслідки та потенційні шляхи подолання подано у табл. 2.5.

Таблиця 2.5 – Аналіз проблем в організації подієвих заходів у готелі «Premier Palace»

Виявлена проблема	Наслідки
Відсутність окремого івент-відділу	Розпорошення відповідальності між підрозділами, дублювання функцій
Відсутність CRM для заходів	Повільна комунікація, несвоєчасна передача інформації між службами
Недостатній регламент дій під час тривоги	Затримки в евакуації, дезорієнтація персоналу та гостей

Продовження табл. 2.5

Однотипний характер більшості заходів	Відсутність інновацій, втрата зацікавленості серед постійних замовників, обмеження конкурентоспроможності
---------------------------------------	---

Джерело: розроблено автором

Під час практичного спостереження за підготовкою конференції середнього масштабу (на 100 осіб) було зафіксовано низку системних проблем в організації подієвих заходів у готелі «Premier Palace», які узагальнено в таблиці 2.5. Зокрема, відсутність централізованої системи обліку замовлень та внутрішніх регламентів ускладнює комунікацію між підрозділами: узгодження меню, розсадки гостей і хронометражу події здійснюється через різних контактних осіб, що призводить до розсинхронізації дій і зниження якості сервісу. Також виявлено недостатній рівень формалізації процедур у надзвичайних ситуаціях – попри наявність укриття та засобів оповіщення, відсутні чіткі інструкції щодо взаємодії з гостями під час евакуації.

Окремо варто підкреслити стандартизованість івент-пропозиції: більшість заходів мають схожий формат (банкет, конференція, бізнес-сніданок), що обмежує інноваційність підходів та не враховує зміну запитів на подієві активності з боку сучасних споживачів. Відсутність нових сценаріїв і форматів призводить до втрати зацікавленості серед постійних партнерів і знижує привабливість закладу для організації нетипових подій. Цей аспект є особливо важливим у контексті зростаючої конкуренції на ринку та актуалізації креативного підходу до MICE-напрямку.

Отже, готель «Premier Palace» володіє потужною інфраструктурою й ресурсами для реалізації подієвих проектів високого рівня. Водночас слід звернути увагу на оптимізацію внутрішньої організації та розширення форматів заходів.

РОЗДІЛ 3

УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ПОДІЄВИХ ЗАХОДІВ У ГОТЕЛІ «PREMIER PALACE»

3.1 Сучасні практики в організації подієвих заходів

У сучасній індустрії гостинності організація подієвих заходів набула значення як один із ключових напрямів підвищення привабливості готелю. Київські готелі дедалі частіше відмовляються від пасивної ролі майданчика і беруть на себе повну організацію подій – від планування концепції до управління досвідом гостей. Процес починається з розробки ідеї заходу, сценарного планування, підбору виконавців і технічного забезпечення. Ретельно вивчається цільова аудиторія, її очікування, графік події узгоджується з ринковою ситуацією, сезоном і логістичними обмеженнями.

Кожен етап погоджується з відповідальними особами – замовником і внутрішніми підрозділами готелю. У 5-зіркових готелях ця модель реалізується через чітко налагоджену внутрішню координацію між службами ресторанного господарства, службою прийому та розміщення, службою безпеки, та, за наявності, службою з організації подієвих заходів. Перед великими подіями проводяться спільні наради, а в день проведення координатор події керує процесами через радіозв'язок або застосунки, реагуючи на всі зміни у реальному часі [36,37]

Готелі дедалі активніше інтегрують у свою діяльність підходи, запозичені в івент-агентств, поступово переймаючи не лише стилістику подій чи практику залучення підрядників, а й цілісну систему організації — від стратегічного планування до взаємодії з гостями та оцінки ефективності [40]. У структурі деяких готельних підприємств вже створюються окремі служби, які спеціалізуються винятково на подієвому напрямі. До їхнього складу можуть входити координатор, технічний спеціаліст, внутрішній декоратор або сценарист. Це дозволяє працювати за методиками, подібними до івент-агентств: складати таймлайни, вести чек-листи, організовувати брифінги, вирішувати завдання під конкретного замовника. Водночас готелі мають власну специфіку — вони є одночасно локацією й

виконавцем заходу, що вимагає особливої координації між внутрішніми підрозділами.

У м. Києві поширеною практикою стало впровадження підходів експерієнс-дизайну. Організатори подій у готелях намагаються не лише уникнути збоїв, а створити враження, що залишаться в пам'яті. Гості отримують іменні запрошення та welcome-пакети, у програму включаються інтерактивні зони, фотозони, дегустації, зони відпочинку. Персонал вчиться швидко й проактивно реагувати: змінювати температурний режим, запропонувати альтернативне меню або забезпечити переклад. Після події гостям надсилаються листи-подяки, фотозвіти, відеоролики з ключовими моментами [39].

Трансформація готелів із класичних конференц-локацій на багатофункціональні простори зумовила пошук нових форматів. Замість стандартних зустрічей проводяться камерні виставки, винні дегустації, презентації колекцій, креативні вечори. Готелі долучаються до брендovих подій – запусків авто, рекламних зйомок, вечірок у фірмовому стилі. Співпраця з брендами дозволяє не тільки отримати додатковий прибуток, а й актуалізувати себе в публічному просторі, асоціюючись із певним стилем життя [38,39]

Порівняння ключових аспектів організації подієвих заходів у готелях та івент-агентствах наведено в таблиці 3.1.

Сучасні 4–5-зіркові готелі Києва значно просунулися у впровадженні нових підходів. Вони вже застосовують індивідуалізоване сценарне планування, цифровий супровід, залучення експертів, працюють з фідбеком та виводять взаємодію з гостями на рівень персоналізованого досвіду. Водночас, івент-агентства залишаються сильними в креативному продакшні та масштабних проектах, де потрібна широка команда і спеціалізовані ресурси. Найбільша відмінність полягає в гнучкості: агентства працюють «під ключ» у будь-яких локаціях, тоді як готелі обмежені власними потужностями, але виграють у швидкості прийняття рішень і якості сервісу на місці.

Таблиця 3.1 – Порівняння підходів до організації подієвих заходів у готелях та івент-агентств

Аспект	Готелі		Практики івент-агентств
	Традиційні підходи	Сучасні підходи	
Планування та сценарій	Стандартизовані сценарії (типові програми), мінімальна адаптація під клієнта.	Індивідуальне концептуальне планування під потреби клієнта; аналіз аудиторії, творчий сценарій з урахуванням тематики та цілей заходу; розробка декількох сценарних планів (основного та резервного).	Розробка унікальних концепцій і тематики під бренд клієнта; створення детальних сценаріїв-шоу з емоційними «родзинками» (перформанси, інтерактив).
Логістика та координація	Внутрішні служби працюють відокремлено, комунікація через менеджера з банкетів; стандартне обладнання та розстановка.	Координація підрозділів через спільні наради і ВЕО; гнучке переplanування залів (мобільні перегородки, трансформер-меблі); наявність власного сучасного обладнання, ІТ-підтримка на майданчику; продумана логістика гостей (трансфер, парковка, розселення в номерах).	Повний event-production: координування різних підрядників (звук, світло, декор, сцена) єдиною командою; використання чек-листів та таймлайнів для кожної логістичної дрібниці; залучення логістів події (транспорт, поселення, робота з локаціями).
Технічний супровід	Обмежується стандартними AV-засобами (мікрофони, проектор); комунікація з гостями без цифрових платформ.	Використання цифрових інструментів: системи онлайн-реєстрації, мобільні додатки учасника, цифрові запрошення (QR-коди) та paperless-ivent; інтерактивні технології на події (live-опитування, стрімінг для онлайн-учасників, AR/VR для залучення); чат-боти для запитань гостей; CRM інтеграція для відстеження вподобань гостей.	Використання передових івент-платформ для управління проектом; онлайн-трансляції та віртуальні події на власних платформах; застосування RFID-бейджів, систем для голосування та гейміфікації; розробка кастомних мобільних застосунків під захід.
Взаємодія з гостями	Стандартний сервіс під час заходу, однакова програма для всіх гостей, мінімальна персоналізація; зворотний зв'язок не збирається систематично.	Гостинність 360°: персоналізація досвіду (іменні бейджі, індивідуальні меню, VIP-опції для ключових гостей); активна робота з гостями на локації (працівники-хостеси, консьерж заходу); immersive experience – тематичний декор, фонові музика, фотозони для соцмереж; збір фідбеку від учасників через опитування, аналіз задоволеності; післяподієва комунікація (подяки, матеріали заходу).	Орієнтація на емоції і вау-ефекти: сюрпризи для учасників, включення елементів гри або шоу, які викликають сильні враження; високий рівень client service – персональні менеджери для важливих гостей, вирішення будь-яких питань «тут і зараз»; пост-івент підтримка брендом (фото/відео, промо-матеріали, подарунки).
Кадри та експертиза	Менеджер банкетів відповідає переважно за розсадку і меню; творчі аспекти покладаються на замовника або ведучого.	Створення команди івент-менеджменту в структурі готелю: менеджер події, координатор, технічний спеціаліст, декоратор; підвищення кваліфікації персоналу (тренінги з івент-менеджменту, сценарного мистецтва, роботи з VIP-клієнтами); залучення зовнішніх експертів (режисерів шоу, MC, модераторів) у разі масштабних подій.	Штатний креативний директор або продюсер, який розробляє концепт; розподіл ролей у команді (продюсер, режисер, технічний директор, координатор гостей тощо); широка база фрилансерів у різних сферах (дизайнери, артисти, піарники).

Джерело: розроблено автором за даними [35-40]

Оглянуті практики демонструють, що сучасна організація подієвих заходів виходить за межі базового обслуговування і перетворюється на комплексну систему управління враженнями гостей, логістикою, безпекою та креативом. Вивчення досвіду київських готелів вищої категорії та інструментів, запозичених з практики івент-агентств, дозволяє сформуванню чіткого розуміння актуальних стандартів у сфері івент-менеджменту. Це, своєю чергою, створює підґрунтя для визначення напрямів удосконалення організації подієвих заходів у готелі «Premier Palace» з урахуванням його специфіки, ресурсів і потенціалу.

3.2 Напрями удосконалення організації подієвих заходів у готелі «Premier Palace»

Проведений у попередньому підрозділі аналіз організаційних практик та сучасних тенденцій у сфері подієвого менеджменту свідчить про наявність низки потенційних напрямів удосконалення роботи готелю «Premier Palace». Враховуючи зростаючу конкуренцію серед готелів ділового призначення та потребу у формуванні незабутнього досвіду для гостей, доцільним є переосмислення підходів до організації заходів та впровадження нових рішень (рис. 3.1).

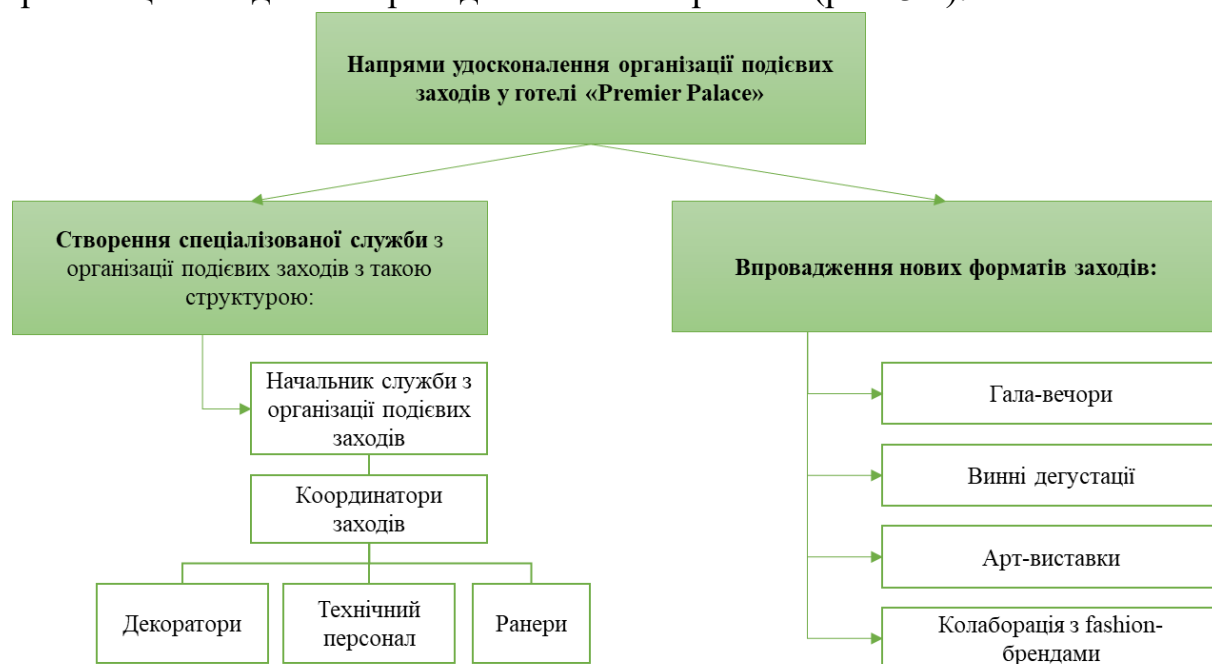


Рис. 3.1 – Напрями удосконалення організації подієвих заходів у готелі «Premier Palace»

Насамперед слід передбачити створення спеціалізованої служби з

організації подієвих заходів, що дозволить централізувати управління проєктами, забезпечити високий рівень координації між підрозділами, а також підвищити гнучкість і швидкість реагування на запити замовників. До складу служби пропонується включити: начальника служби, який здійснює загальне керівництво і відповідає за стратегічне планування; координаторів заходів, які безпосередньо комунікують із клієнтами та супроводжують події; технічний персонал (звукотехніків, світлотехніків, відеооператорів); декораторів, що відповідають за візуальне оформлення; а також так званих «ранерів» – співробітників, які виконують оперативні доручення під час підготовки та проведення заходів.

Функції цієї служби включатимуть: розробку концепцій нових форматів заходів, проведення форматів заходів, які вже впроваджені, підготовку сценаріїв і таймлайнів, взаємодію з підрядниками, контроль технічного оснащення, забезпечення візуального стилю події, а також координацію дій усіх задіяних підрозділів готелю.

Служба організації подієвих заходів буде інтегрована в загальну структуру готелю та співпрацюватиме з низкою інших підрозділів. Найбільше служба буде комунікувати зі службою безпеки, службою управління номерним фондом, службою прийому та розміщення, службою ресторанного господарства та інженерно-технічною службою.

Технічне забезпечення заходів координуватиметься спільно з інженерно-технічною службою, яка відповідатиме за підключення світла, електрики, мультимедійного обладнання, кондиціонування та інші інженерні рішення. Для забезпечення цифрового супроводу (звук, проєкція, онлайн-трансляції) служба взаємодіятиме з відділом інформаційних технологій.

У питаннях підготовки та подачі страв, сервірування, обслуговування фуршетів і банкетів, служба комунікуватиме зі службою ресторанного господарства. Спільно з нею здійснюватиметься планування меню відповідно до формату заходу та кількості гостей, а також залучення персоналу (офіціантів, адміністраторів, барменів) до обслуговування.

Організація розміщення учасників заходів, підготовка номерів і логістика

прибуття/виїзду здійснюватимуться у співпраці зі службою прийому та розміщення та службою управління номерним фондом.

З питань безпеки та контролю доступу служба заходів співпрацюватиме зі службою безпеки – для погодження списків гостей, протоколу входу, охорони VIP-гостей та роботи під час тривоги.

У рамках удосконалення подієвої діяльності готелю «Premier Palace» пропонуємо вийти за межі традиційних форматів, зосереджених переважно на ділових зустрічах і конференціях. На нашу думку, запропоновані заходи перетворять готель на багатофункціональний майданчик для яскравих подій, що поєднують елементи культури, гастрономії, моди та партнерських ініціатив.

Гала-вечір, який планується як щорічна подія для постійних партнерів, буде проводитися в Гранд Холлі «Софіївський». Простір цього залу дозволяє прийняти від 120 до 200 гостей у форматі банкету або до 400 – у форматі фуршету, що забезпечує гнучкість відповідно до запрошеного контингенту. Основна мета заходу – укріплення ділових зв'язків і формування преміального іміджу готелю. Подія передбачатиме живий музичний супровід, церемонію нагородження партнерів і використання вбудованого LED-екрана для презентацій. У фойє буде організовано брендування та окрема зона для VIP-гостей.

Формат винної дегустації з сомельє, запланованої як регулярна ініціатива у межах гастрономічного «винного клубу», на нашу думку, найкраще буде реалізуватися в ресторані «Terracotta». В залежності від потреб, можна задіяти винну кімнату або простір основного залу, розрахований до 110 осіб. Оптимальна кількість учасників – від 20 до 60, що дозволяє зберегти камерну атмосферу. Захід триватиме близько трьох годин і включатиме коментарі сомельє, презентацію вин і легкий фуршет. Ключовим акцентом стане авторська подача страв і створення умов для неформального спілкування.

Арт-виставка локальних митців (Роман Мінін, Тарас Макар, Олексій Кондаков), наприклад, з вечірнім фуршетом і музичним супроводом може бути реалізована у фойє Гранд Холлу «Софіївський» або на території ресторану «Atmosfera», де панорамне освітлення доповнюватиме естетичне сприйняття

експозиції. Основне завдання заходу – популяризація сучасного мистецтва, зміцнення культурного іміджу готелю та залучення нової цільової аудиторії. Подія передбачатиме відкриття виставки, коротку презентацію автора, неформальне спілкування з фуршетом і живою музикою у фоновому режимі. Оптимальна кількість учасників – від 30 до 80 осіб.

Колаборація з fashion-брендами (Riot Division, Cher-17, VOVK тощо) у форматі презентації нової колекції з елементами перформансу потребуватиме адаптивного простору з можливістю трансформації. Вважаємо доцільним для проведення цього заходу використовувати зал «Форум» у варіанті без меблів, де можна розмістити подіум, глядацькі місця та зону для фотозйомки. Такий захід має на меті зміцнення преміального позиціонування готелю, розширення контактів із lifestyle-брендами та формування культурно-інформаційного резонансу. Очікувана кількість гостей – від 50 до 120, залежно від формату (модний показ, презентація з DJ-сетом або fashion-вечірка). У сценарії передбачаємо відеопроєкції, робота медіа і розміщення брендівих інсталяцій.

Узагальнюючи представлений матеріал, слід зазначити, що впровадження окреслених рішень щодо удосконалення подієвої діяльності у готелі «Premier Palace» має потенціал суттєво підвищити рівень організації заходів, забезпечити унікальний досвід для гостей і замовників та зміцнити імідж закладу як сучасного мультифункціонального простору.

3.3 Оцінка ефективності змін в організації подієвих заходів у готелі «Premier Palace»

У сучасних умовах конкуренції серед готелів преміум-класу організація подієвих заходів вже давно вийшла за межі додаткової послуги, перетворившись на окремий інструмент формування прибутку, підвищення лояльності гостей та просування бренду. Впровадження нової спеціалізованої служби в структурі готелю «Premier Palace» і розширення форматів заходів дозволяє оцінювати ефективність запропонованих змін за трьома напрямками: комерційним, організаційним і репутаційним. Комерційний напрям визначається ефективністю

фінансових витрат, необхідних для реалізації запропонованих заходів, зазначених в підрозділі 3.2 (табл. 3.2).

Таблиця 3.2 – Фінансові витрати на впровадження оновленої моделі організації подієвих заходів у готелі «Premier Palace»

Стаття витрат	Од. виміру	Кількість	Вартість за одиницю, грн	Загальна сума, грн
1. Заробітна плата персоналу спеціалізованої служби (щомісяця)				
Начальник служби	осіб	1	40 000	40 000
Координатори заходів	осіб	3	35 000	105 000
Технічний персонал (звук, світло, відео)	осіб	4	30 000	120 000
Декоратори	осіб	2	28 000	56 000
Ранери (помічники)	осіб	3	20 000	60 000
Разом (щомісячно)				381 000
2. Єдиноразові витрати на технічне забезпечення				
Аудіо- та відеообладнання (професійне)	комплект	1	500 000	500 000
Освітлювальне обладнання	комплект	1	250 000	250 000
LED-екран (додатковий модуль до існуючого)	шт.	1	400 000	400 000
Декорації та меблі трансформери	комплект	1	300 000	300 000
Програмне забезпечення (управління подіями, CRM)	ліцензія	1	150 000	150 000
Разом (одноразово)				1 600 000
3. Організація перших заходів (пілотний запуск 4 подій, орієнтовно на 1 квартал)				
Гала-вечір (банкет на 150 гостей)	подія	1	400 000	400 000
Винна дегустація (50 учасників)	подія	1	80 000	80 000
Арт-виставка з фуршетом (70 осіб)	подія	1	120 000	120 000
Fashion-показ (90 гостей)	подія	1	200 000	200 000
Разом				800 000
4. Додаткові адміністративні витрати (маркетинг, реклама, поліграфія, брендування, навчання персоналу)				150 000
Загальні витрати за перший рік впровадження (з урахуванням річного фонду оплати праці)				
Річна заробітна плата (381 000 × 12)				4 572 000
Єдиноразові технічні витрати				1 600 000
Організація перших заходів				800 000
Додаткові адміністративні витрати				150 000
Разом за перший рік впровадження				7 122 000

Джерело: розроблено автором

Наведені в таблиці 3.2 розрахунки демонструють, що сукупні інвестиційні та операційні витрати на впровадження оновленої моделі організації подієвих заходів у готелі «Premier Palace» становитимуть орієнтовно 7,12 млн грн у перший рік реалізації. Основні витрати припадають на заробітну плату персоналу (близько 65% загального бюджету), технічне оснащення і проведення перших івентів з метою запуску оновленої програми.

На нашу думку, впровадження спеціалізованої служби з організації подієвих заходів у готелі «Premier Palace» сприятиме комплексному покращенню як кількісних, так і якісних показників у сфері івент-менеджменту. Прогнозовані результати впровадження оновленої моделі організації подієвих заходів у готелі «Premier Palace» наведені в табл. 3.3.

Таблиця 3.3 – Прогнозовані результати впровадження оновленої моделі організації подієвих заходів у готелі «Premier Palace»

Показник	Поточний стан	Очікуване після змін
Середня кількість подій на місяць	15–20	25–30
Середній чек за подію	120 тис. грн	160–180 тис. грн
Завантаженість конференц-залів	~70%	85–90%
Середній час підготовки до події	3–4 дні	2–3 дні
Частка позитивних відгуків про події	~70%	85–90%
Кількість згадок у медіа та соцмережах	спорадичні	регулярні, у форматі колаборацій

Джерело: розроблено автором

Вважаємо доцільним передбачити, що кількість заходів поступово зростатиме до 25–30 на місяць завдяки структурованому плануванню, розширенню форматів подій та швидшій адаптації до індивідуальних запитів замовників. Очікуване зростання завантаженості подієвих просторів, за результатами аналізу практики готелів, які вже впровадили аналогічні заходи, а також за оцінками експертів галузі, становитиме не менше ніж 25–30%. Саме на основі таких спостережень ми можемо припустити, що впровадження нової моделі дозволить ефективніше використовувати доступні ресурси, особливо у сегменті камерних подій, які раніше не реалізовувалися.

Вважаємо, що вдосконалення сценарного планування, персоналізації подій та впровадження креативного підходу призведе до поступового зростання середнього чеку до рівня 160–180 тис. грн. Це, у свою чергу, позитивно позначиться на прибутковості напряму без погіршення якості обслуговування. З організаційної точки зору вважаємо ефективним створення автономної команди координаторів, технічних спеціалістів і декораторів, що дозволить знизити навантаження на адміністративний персонал, уникнути дублювання функцій і підвищити швидкість реагування на форс-мажорні ситуації. Крім того, завдяки стандартизації внутрішніх алгоритмів і покращенню міжпідроздільної взаємодії (зокрема з ресторанною

службою, IT-відділом і службою безпеки), очікується скорочення середнього часу підготовки до події щонайменше на 20–30%.

Не менш важливим, на нашу думку, буде і якісний ефект. За умови оновлення форматів подій, посилення креативної складової та персоналізації досвіду гостей, можна очікувати зростання частки позитивних відгуків до 85–90%, що стане свідченням підвищення загального рівня задоволеності. Вважаємо обґрунтованим також припущення, що збільшення емоційної залученості та формування у гостей асоціацій готелю з культурними ініціативами, преміальним сервісом і сучасним стилем життя дозволить зміцнити позиціонування «готелю Premier Palace» як престижної івент-локації столиці. У довгостроковій перспективі очікується зростання кількості повторних звернень і розширення партнерської бази, що в сукупності посилить конкурентоспроможність готелю на ринку подієвих послуг.

Отже, запропоновані напрями удосконалення організації подієвих заходів у готелі «Premier Palace» здатні не лише підвищити операційну ефективність і гнучкість управління, а й покращити фінансові показники та сприйняття бренду. Очікувані зміни сприятимуть зростанню кількості заходів, збільшенню середнього чеку, скороченню часу підготовки та посиленню репутації готелю як універсального подієвого майданчика.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

У кваліфікаційній роботі було проведено системне дослідження організації подієвих заходів у структурі готельного підприємства ділового призначення, зокрема на прикладі готелю «Premier Palace» у м. Києві. Метою дослідження було обґрунтування практичних напрямів удосконалення подієвого менеджменту як складової конкурентної стратегії готелю.

У першому розділі роботи здійснено аналітичний огляд розвитку готельного бізнесу в столиці України у 2019–2024 роках. Було висвітлено ключові тенденції, які характеризують ринок ділових готелів, а також динаміку відновлення після кризових явищ, спричинених пандемією COVID-19 та повномасштабною війною. Особливу увагу було приділено асортименту послуг, які пропонують готелі ділового сегмента, включно з організацією конференц-сервісу, культурних подій, банкетів і ділових зустрічей. На основі огляду діяльності низки київських готелів виявлено, що попит на подієві послуги зберігається стабільним, однак організаційний рівень реалізації таких подій значною мірою залежить від внутрішньої структури підприємства.

У другому розділі роботи було проведено поглиблений аналіз діяльності готелю «Premier Palace», зокрема його матеріально-технічної бази, сервісних стандартів, організаційної структури та просторової логістики. В результаті SWOT-аналізу було виявлено низку сильних сторін закладу, серед яких — репутація, історичний імідж і розташування, проте також визначено ключові слабкі сторони, пов'язані з неструктурованістю внутрішніх процесів у сфері подієвого сервісу. В окремому підпункті здійснено діагностику поточного стану організації подієвих заходів, у ході якої встановлено відсутність виділеної івент-служби, нечітке розмежування повноважень між підрозділами та недостатнє використання аналітичних і цифрових інструментів.

У третьому розділі було розроблено комплекс практичних рекомендацій щодо вдосконалення системи подієвого менеджменту в межах готельного підприємства. Основну увагу зосереджено на створенні автономної служби

подієвих заходів із чітко визначеною ієрархією посад і функціоналом, впровадженні сценарного планування, використанні цифрових рішень, а також стандартизації процедур підготовки до подій. Пораховано фінансові витрати на впровадження рекомендацій. На основі вивчення досвіду готелів, які вже реалізували подібні заходи, і з урахуванням експертних оцінок, нами було припущено, що завантаженість подієвих просторів може зрости щонайменше на 25–30%, середній чек підвищитися до 160–180 тис. грн, а частка позитивних відгуків — до 85–90%. Крім того, очікується скорочення часу підготовки до подій на 20–30% завдяки покращенню міжпідроздільної взаємодії та запровадженню типових алгоритмів.

Отже, організація подієвих заходів у сучасному готелі ділового формату вимагає інтегрованого підходу, який поєднує креативність, сервісну стандартизацію та управлінську дисципліну. Запропоновані в роботі рішення мають практичну цінність і можуть бути використані як основа для підвищення конкурентоспроможності готелю «Premier Palace» на ринку подієвих послуг столиці.

Подальші дослідження доцільно зосередити на розробці цифрових інструментів для автоматизації подієвого менеджменту в готелях, вивченні впливу івентів на загальну прибутковість підприємства та розробці системи показників ефективності з урахуванням емоційного компоненту досвіду споживача. Крім того, перспективним напрямом є дослідження клієнтської лояльності в контексті подієвої активності готелів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСІВ

1. Premier Palace Hotel Kyiv - готель 5 зірок в центрі Києва, забронювати готель преміум класу онлайн. *Premier Hotels and Resorts*. URL: <https://premier-palace.phnr.com/ua> (дата звернення: 20.04.2025).
2. Прем'єр Палас хотел - Карти Google. *Google Maps*. URL: <https://maps.app.goo.gl/Y5TRjDMFyMuigAyW6> (дата звернення: 21.04.2025).
3. 21660999 - ПРАТ "ГОТЕЛЬ "ПРЕМ'ЄР ПАЛАЦ" - Основна інформація - Clarity Project. *Clarity Project*. URL: <https://clarity-project.info/edr/21660999> (дата звернення: 20.04.2025).
4. InterContinental Kyiv - IHG - Discover the best hotels in Ukraine. *IHG – Discover the best hotels in Ukraine*. URL: <https://kyiv.ihg.com/готелі/intercontinental-kyiv/> (дата звернення: 20.04.2025).
5. Kyiv Hotels - Hilton Kyiv Ukraine Hotel - Kyiv Hotels. *hilton.com*. URL: <https://www.hilton.com/en/hotels/kbphihi-hilton-kyiv/> (дата звернення: 20.04.2025).
6. 5 Star Hotel in Kyiv Center | Hyatt Regency Kyiv. *Hyatt.com*. URL: <https://www.hyatt.com/hyatt-regency/en-US/kievh-hyatt-regency-kyiv> (дата звернення: 20.04.2025).
7. Fairmont Grand Hotel Kyiv. *Fairmont*. URL: <https://www.fairmont.com/en/hotels/kyiv/fairmont-grand-hotel-kyiv.html> (дата звернення: 21.04.2025).
8. Colliers | 1Q 2019 Kyiv Market Overview Hotels. *Colliers*. URL: <https://www.colliers.com/en-ua/research/1q-2019-kyiv-market-overview-hotels-eng> (дата звернення: 21.04.2025).
9. Bagrii K., Palamarek K. Tendencies for the development of hotels in Ukraine under crisis situations. *MEST Journal*. 2020. Т. 8, № 1. С. 25–35. URL: <https://www.meste.org/ojs/index.php/mest/article/view/971/1054> (дата звернення: 21.04.2025).
10. Заповнюваність готелів Києва зростає через відкладений попит –

Zagrodna.com. *Zagrodna.com*.

URL: <https://www.zagrodna.com/uk/analitika/zapovnyuvanist-goteliv-kiyeva-zrosla-cherez-vidkladeniy-popit.html> (дата звернення: 21.04.2025).

11. ГОТЕЛЬНА НЕРУХОМІСТЬ КИЄВА: ПІДСУМКИ 2021 РОКУ - Сучасний готель IQ Hotel. *Сучасний готель IQ Hotel*. URL: <https://iqhotel.ua/news/gotelna-neruhomist-kyyeva-pidsumky-2021-roku/> (дата звернення: 21.04.2025).

12. Готельний бізнес під час війни: 6 викликів та рішень. *Upgrade*. URL: <https://upgrade.com.ua/hotel-business-during-the-war-6-challenges/> (дата звернення: 21.04.2025).

13. Настич І. Ринок готельної нерухомості України у 2024 році: перерозподіл попиту, зростання ADR. *propertytimes.com.ua*. URL: https://propertytimes.com.ua/gostinichnaya_nedvizhimost/rinok_gotelnoyi_neruhomosti_ukrayini_u_2024_rotsi_pererозpodil_popitu_zrostannya_adr (дата звернення: 21.04.2025).

14. Готельний ринок Києва продовжує розвиватись та стає вихідною платформою для нових готельних брендів - CBRE Ukraine. *CBRE Ukraine*. URL: <https://cbre-expandia.com/uk/gotelniy-rinok-kiyeva-prodovzhuye-rozvivatis-ta-staye-vihidnoyu-platfornoyu-dlya-novih-gotelnih-brendiv/> (дата звернення: 21.04.2025).

15. Польнікова В. Війна не перешкода: в Україні буде більше готелів, ніж напередодні Євро-2012 – Fact-News.com.ua. *Новини ФАКТ*. URL: <https://fact-news.com.ua/viy-na-ne-pereshkoda-ukraina-budue-bilshe-goteliv-nizh-naperedodni-evro-2012/> (дата звернення: 21.04.2025).

16. Ukraine open for business. *Ukraine open for business – Business news from Ukraine*. URL: <https://open4business.com.ua/en/tag/hotel/page/2/> (дата звернення: 21.04.2025).

17. Бовш Л.А., Полтавська О.В., Расулова А.М. Готельний ринок України: ризики і перспективи Матеріали X Міжнар. наук.-практ. конф. «Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації» (м. Київ, 6-7 квітня 2023 р.) К.:

КНУКИМ, 2023. 478 с. С.306-308.

18. Hotel occupancy rate in Kiev on rise - Hotel Matrix. *Interfax*. URL: <https://interfax.com/newsroom/top-stories/104662/> (дата звернення: 21.04.2025).

19. ДСТУ 4269:2003. Послуги туристичні. Класифікація готелів. Чинний від 2004-07-01. Вид. офіц. ДП НДІ «Система», 2004. 16 с. URL: [http://kyiv-heritage.com/sites/default/files/ДСТУ%204269~2003%20Послуги%20туристичні.%20Класифікація%20готелів%20\(мін%20площ%20номерів\).pdf](http://kyiv-heritage.com/sites/default/files/ДСТУ%204269~2003%20Послуги%20туристичні.%20Класифікація%20готелів%20(мін%20площ%20номерів).pdf) (дата звернення: 01.06.2025).

20. Готель "Дніпро" - Офіційний сайт готелю "Дніпро" - Комфортні номери у центрі Києва. *Dnipro hotel* -. URL: <https://dniprohotel.ua/> (дата звернення: 21.04.2025).

21. Карпюк О., Сингаєвська А. Event-менеджмент в туристичній галузі: світовий досвід та перспективи для України. Актуальні проблеми, сучасний стан та перспективи розвитку індустрії туризму в Україні та Польщі: матеріали XIX Міжнар. наук.-практ. конф. Житомир: ЖФ КІБІТ, 2016. С.39-42.

22. Учасники проектів Вікімедіа. Подієва комунікація – Вікіпедія. *Вікіпедія*. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Подієва_комунікація (дата звернення: 04.05.2025).

23. Новікова, В. В. Впровадження event-менеджменту в діяльність підприємства готельно-ресторанного господарства / В. В. Новікова, Н. П. Бондар, Л. О. Шаран // *Modern engineering and innovative technologie*. – 2019. – № 10-02. – С. 45–54

24. Мисик В. М., Жежуха В. Й. Івент-менеджмент в Україні: проблеми, тенденції, перспективи та напрямки реінжинірингу. *Парадигмальні виклики сучасного розвитку* : колект. монографія. Чернігів, 2022. С. 31–45.

25. Методичні рекомендації до виконання кваліфікаційної роботи на здобуття освітнього ступеня «Бакалавр» спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» освітньо-професійної програми «Готельно-ресторанна справа» денної та заочної форм здобуття освіти [електронний ресурс]: / уклад.: Л. О. Шаран, В. В. Цирульнікова, Н. П. Бондар, В. О. Губеня. - К: НУХТ, 2023. - 24 с.

26. Всеукраїнський благодійний концерт «Твій вихід в світ». *jetsetter.ua*. URL: <https://jetsetter.ua/event/vseukrayinskyj-blagodijnyj-kontsert-tvij-vyhid-v-svit/> (дата звернення: 01.05.2025).

27. Зустріч жіночого бізнес-клубу The One in Million у ресторані Atmosfera. *jetsetter.ua*. URL: <https://jetsetter.ua/event/zustrich-zhinochogo-biznes-klubu-the-one-in-million-u-restorani-atmosfera/> (дата звернення: 01.05.2025).

28. Vogue.ua. Благодійний новорічний концерт "Все здійсниться!" в Fairmont Grand Hotel Kyiv. *Vogue UA - жіночий журнал про моду, красу і стиль. Vogue Ukraine - fashion, beauty, arts, society and living.* URL: <https://vogue.ua/article/culture/lifestyle/blagodiyniy-novorichnij-koncert-vse-zdiysnitsya-v-fairmont-grand-hotel-kyiv-57849.html> (дата звернення: 01.05.2025).

29. Міжнародний форум PRNext–24 відбудеться офлайн 12 квітня у InterContinental Kyiv. *OBOZREVATEL*. URL: <https://www.obozrevatel.com/ukr/sobyitiya/mizhnarodnij-forum-prnext24-vidbudetsya-oflajn-12-kvitnya-u-intercontinental-kyiv.htm> (дата звернення: 01.05.2025).

30. SUP DAY FORUM KYIV. *СУП*. URL: <https://sup.org.ua/event/sup-day-forum-kyiv/> (дата звернення: 01.05.2025).

31. Harper's Bazaar зібрав друзів, читачів і партнерів у готелі Hilton Kyiv на літній Bazaar Beauty Brunch. *Harpers Bazaar*. URL: <https://harpersbazaar.com.ua/culture/events/harpers-bazaar-zibrav-druziv-chytachiv-i-partneriv-u-hoteli-hilton-kyiv-na-litniy-bazaar-beauty-brunch/> (дата звернення: 01.05.2025).

32. @hyattregencykyiv. Різдвяний ранч – це час дива, тепла та неймовірних смаків! Запрошуємо вас 15 грудня на наш святковий ранч, де ви зможете. *Instagram*. URL: <https://www.instagram.com/hyattregencykyiv/p/DDFA746NtFe/> (дата звернення: 01.05.2025).

33. Джазові історії з Олексієм Коганом. *Marco Concert*. URL: <https://marcoconcert.com/events/dzhazovi-istoriyi-z-oleksiiem-koganom> (дата

звернення: 28.05.2025).

34. Christmas Dreams - різдвяне шоу для дітей в м. Київ. *concert.ua*.
URL: <https://concert.ua/uk/event/christmas-dreams-30-12> (дата звернення: 29.05.2025).

35. Premier Palace, Kiev, Ukraine | 10times Venues. *10times*.
URL: <https://10times.com/venues/kiev-premiere-palace-hotel> (дата звернення: 29.05.2025).

36. Новікова, В. В. Впровадження event-менеджменту в діяльність підприємства готельно-ресторанного господарства / В. В. Новікова, Н. П. Бондар, Л. О. Шаран // *Modern engineering and innovative technologie*. – 2019. – № 10-02. – С. 45–54

37. Делі В.Ю., Кравчук Т. В. Розвиток івент-індустрії : можливості для України. Актуальні проблеми інноваційної економіки та права. 2024. № 4. С. 31-36.

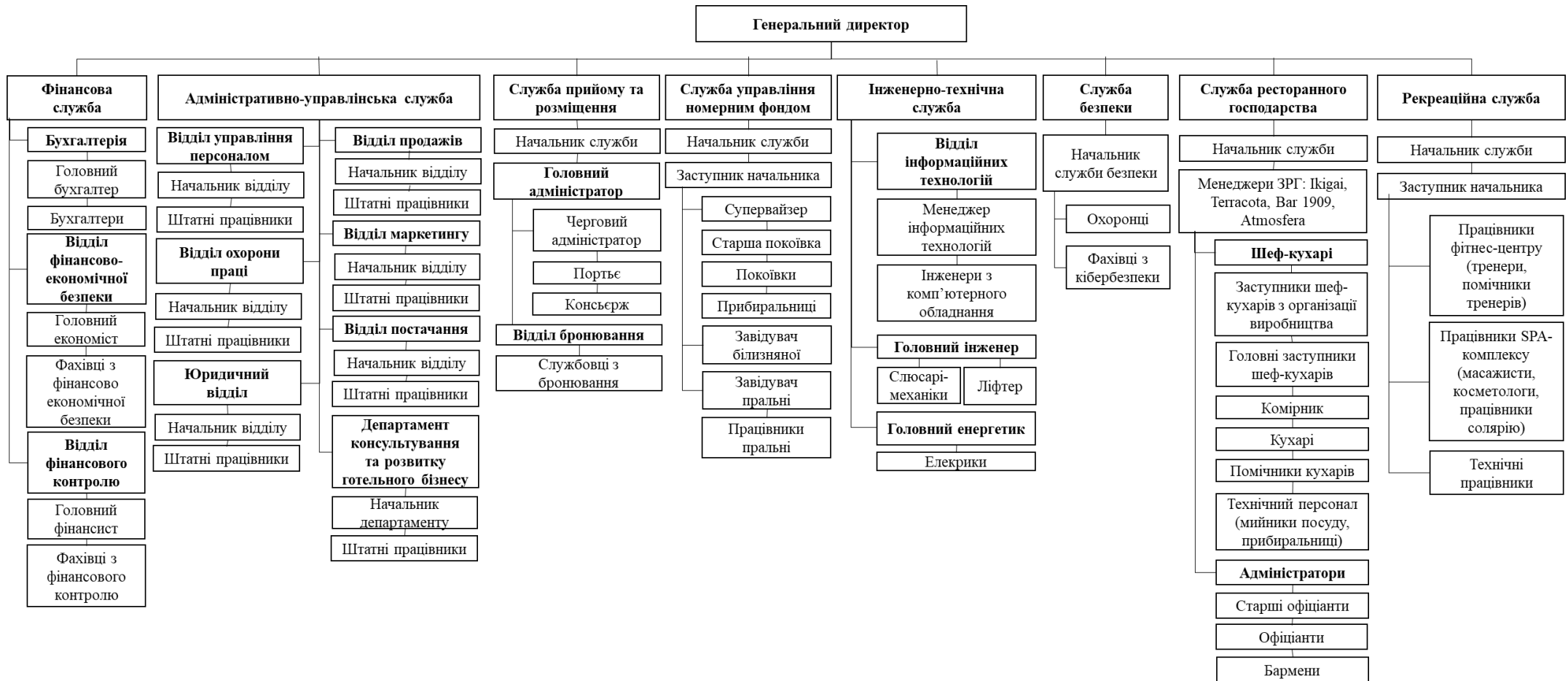
38. Близнюк Т., Кузь О., Кінас І. EVENT-MANAGEMENT AS A TOOL FOR ORGANIZING SPECIAL EVENTS. *Економіка та суспільство*. 2024. № 64.
URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-64-20> (дата звернення: 29.05.2025).

39. 8 Event Trends for Hotels in 2025: Hybrid Spaces & More. *roomraccoon*.
URL: <https://roomraccoon.com/blog/event-trends-for-hotels/> (дата звернення: 29.05.2025).

40. Пушка О.С. Організація заходів в галузі [Електронний ресурс]: конспект лекцій для здобувачів освітнього ступеня «бакалавр» спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» освітньо-професійної програми «Готельно-ресторанна справа» денної та заочної форм здобуття освіти / уклад.: О.С. Пушка - К.:НУХТ, 2024 - 101 с

ДОДАТКИ

Організаційна структура готелю «Premier Palace»



УДК 338.48

DIRECTIONS FOR IMPROVING THE ORGANIZATION OF EVENT MANAGEMENT IN A
HOTEL ENTERPRISEНАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ПОДІЄВИХ ЗАХОДІВ В ГОТЕЛЬНОМУ
ПІДПРИЄМСТВІ**Myłka D.V. / Милка Д.В.***student / здобувач освіти**National University of Food Technologies, Kyiv, Volodymyrska, 68, 01033**Національний університет харчових технологій, Київ, вул. Володимирська, 68, 01033***Dulka O.S. / Дулька О.С.***s.t.s. / к.т.н.**ORCID: 0000-0002-9878-5998**National University of Food Technologies, Kyiv, Volodymyrska, 68, 01033**Національний університет харчових технологій, Київ, вул. Володимирська, 68, 01033***Shydlovska O.B. / Шидловська О.Б.***s.t.s., as.prof. / к.т.н., доц.**ORCID: 0000-0001-5318-1835**National University of Food Technologies, Kyiv, Volodymyrska, 68, 01033**Національний університет харчових технологій, Київ, вул. Володимирська, 68, 01033***Ishchenko T.I. / Іщенко Т.І.***s.t.s., as.prof. / к.т.н., доц.**ORCID: 0000-0002-5241-5342**National University of Food Technologies, Kyiv, Volodymyrska, 68, 01033**Національний університет харчових технологій, Київ, вул. Володимирська, 68, 01033*

Анотація. У статті досліджено трансформацію подієвих послуг у готельно-ресторанному бізнесі Києва, де організація заходів із додаткового сервісу перетворюється на ключовий стратегічний інструмент підвищення конкурентоспроможності готелів. Проаналізовано сучасні тенденції подієвого менеджменту, типи заходів, що проводяться в провідних готелях столиці, їхній вплив на імідж і прибутковість закладу. Визначено організаційні проблеми, які стримують розвиток івент-напрямку, та обґрунтовано необхідність створення спеціалізованої служби. Запропоновано інноваційні формати подій — гала-вечори, дегустації, арт-виставки, fashion-презентації — що сприяють формуванню мультифункціонального простору. Акцент зроблено на важливості комплексного підходу до управління подієвим сервісом для досягнення стабільного розвитку готельного підприємства.

Ключові слова: подієві заходи, готельне підприємство, організаційна структура.

Вступ.

У сучасних умовах розвитку готельно-ресторанного бізнесу подієві заходи набувають дедалі більшої значущості, перетворюючись з додаткової опції на стратегічний інструмент залучення та утримання гостей, формування унікального іміджу підприємства гостинності та підвищення його конкурентоспроможності. Особливо це актуально для готелів ділового призначення, які функціонують у

столиці України, адже м. Київ зберігає позицію ділового та культурного центру, навіть попри нестабільну економічну та безпекову ситуацію. Проведення конференцій, бізнес-форумів, презентацій, весіль, святкових івентів та інших заходів вимагає високого рівня організаційної готовності, злагодженої роботи персоналу та гнучкої системи управління процесом.

На практиці, однак, у багатьох готелях спостерігається неструктурований підхід до організації подієвих заходів. Відсутність виділеного підрозділу, чітко закріплених обов'язків та налагодженої взаємодії між службами призводить до втрати ефективності, зниження рівня сервісу та незадоволеності гостей. У контексті загострення конкуренції та потреби в постійному оновленні пропозицій для гостей, удосконалення організаційної моделі подієвих послуг є актуальним та затребуваним завданням.

Основний текст.

Подієві заходи – це організовані події різного масштабу та спрямування, які мають чітко визначену мету, тематику, часові рамки й аудиторію. Вони організовуються з метою налагодження комунікації, популяризації, розваги, навчання або для досягнення соціального, культурного чи комерційного ефекту. До таких заходів відносяться конференції, форуми, семінари, презентації, ділові зустрічі, а також культурно-масові події — фестивалі, виставки, концерти, святкові урочистості тощо [1].

У сучасному готельному бізнесі подієві послуги поступово перетворюються на невід'ємну частину комплексного сервісу, особливо в готелях, орієнтованих на бізнес-сегмент. У м. Києві простежується підвищений інтерес не лише до традиційних конференцій, а й до різноманітних подій — від ділових зустрічей у вузькому колі до масштабних гала-вечорів, благодійних акцій, гастрономічних і культурних вечорів, презентацій, весіль, клубних подій, арт-фестивалів тощо.

Так, готель «**Premier Palace**» у 2024 році залишався популярним майданчиком для проведення культурних і ділових заходів. У залі **Premier Hall** відбувся благодійний концерт за участі Катерини Кропиви, під час якого було зібрано 180 тисяч гривень на підтримку ЗСУ [2]. У ресторані **Atmosfera** в межах цього ж

готелю відбулася зустріч бізнес-клубу **The One in Million** [3], що свідчить про інтеграцію ділових та світських подій у межах одного простору.

«**Fairmont Grand Hotel Kyiv**» акцентував увагу на благодійних ініціативах: у грудні 2024 року тут пройшов масштабний концерт «**Все здійсниться!**» за участю українських зірок і збором коштів для благодійного фонду «Світлий» [4]. Раніше, у березні, готель організував тематичну подію до 8 березня в подібному форматі, демонструючи фокус на емоційній підтримці та суспільному внеску.

«**InterContinental Kyiv**» традиційно виступав місцем проведення великих бізнес-форумів. У квітні 2024 року тут відбувся **PR-форум PRNext-24** [5], а в травні — **SUP Day Forum**, який об'єднав понад 370 керівників компаній з усієї країни [6]. Обидві події відбулися в офлайн-форматі й стали ефективними майданчиками для ділового спілкування та нетворкінгу.

Готель «**Hilton Kyiv**» успішно поєднував ділові й lifestyle-ініціативи. Улітку 2024 року в ньому відбувся **Bazaar Beauty Brunch** за участі Harper's Bazaar — подія, що зібрала фахівців у сфері б'юті-індустрії [7]. Крім того, готель регулярно приймав професійні заходи, зокрема пов'язані з відновленням після війни та підтримкою підприємців.

У «**Hyatt Regency Kyiv**» відбувалися переважно закриті заходи — дипломатичні прийоми, камерні зустрічі, бізнес-наради. Наприкінці 2024 року готель організував різдвяний бранч, який мав на меті підтримати атмосферу свята навіть у складних умовах воєнного часу [8].

Готель «**Дніпро**» у 2024 році працював у режимі адаптації: попри відсутність масштабних подій, він залишався місцем проведення освітніх форматів — семінарів, круглих столів, тренінгів. Завдяки цьому готель продовжував відігравати роль активного учасника бізнес-середовища столиці [9].

Таким чином, у київських готелях сформувалися ключові умови для подальшого розвитку подієвих послуг. Ці чинники, що забезпечують стабільність і потенціал зростання навіть у кризових умовах, систематизовано в таблиці 1.

**Таблиця 1– Умови, що впливають на розвиток подієвих послуг в готелях
Києва**

Фактор	Вплив на розвиток
Інтерес до організації подій	Забезпечує постійне завантаження номерного фонду та конференц-майданчиків
Оснащеність конференц-залів	Підвищує привабливість готелю серед конкурентів
Активність міжнародних і гуманітарних організацій	Забезпечує мінімальне завантаження готелю навіть у періоди нестабільності
Гнучкість у ціноутворенні та сервісі	Розширює клієнтську базу
Наявність спеціалістів зі смарт-організації івентів	Дозволяє адаптувати послуги під потреби замовника

На сьогоднішній день подієві послуги в готельному бізнесі вже не обмежуються звичним поняттям дозвілля — вони перетворилися на окрему сферу діяльності, яка вимагає спеціалізованої організаційної структури, кваліфікованого персоналу, налагоджених бізнес-процесів і чіткої системи оцінки результативності. За умови грамотного управління, івент-напрямок може приносити стабільний прибуток готелю, незалежно від сезонних коливань чи змін на туристичному ринку. У цьому контексті проаналізовано ключові проблеми, що стримують розвиток подієвих послуг у київських готелях.

Готелі, орієнтовані на ділових клієнтів, мають перевагу у вигляді розвиненої інфраструктури, яка дозволяє організовувати події «під ключ» — від розміщення гостей і харчування до охоронних, логістичних та технічних послуг. Це робить їх привабливими для організаторів різноманітних заходів — від культурних до благодійних і світських — які прагнуть оптимізувати витрати часу та ресурсів. Водночас не всі готелі Києва змогли ефективно перебудувати внутрішні процеси відповідно до сучасних вимог у сфері подієвих послуг. У більшості випадків ця діяльність відбувається на стику між банкетною службою, відділом продажів і

адміністративним персоналом. Основні труднощі, що заважають повноцінному розвитку цього напрямку в готелях столиці, наведено в таблиці 2.

Таблиця 2 – Сучасні проблеми в наданні подієвих послуг у готелях м. Києва

Аспект проблеми	Наслідки для діяльності
Нестача кваліфікованого персоналу	Зниження рівня сервісу під час вечірок, свят, банкетів; перевантаження наявних працівників
Відсутність виділеної івент-служби	Непрозорий розподіл обов'язків, складнощі з координацією дозвілєвих форматів
Розірвана комунікація між підрозділами	Втрата єдиної концепції події, дублювання зусиль або суперечливі дії
Робота із зовнішніми організаторами без внутрішніх регламентів	Складність контролю якості, нерівномірність рівня обслуговування
Недостатня підготовка персоналу саме у сфері event-дозвілля	Відсутність стандартів поведінки, етикету та сценарної роботи з гостями
Подієві сервіси не враховуються в системі управлінського обліку	Неможливість оцінити дохідність і ефективність заходів для стратегічного планування

Аналіз таблиці 2 показує, що основні проблеми подієвого дозвілля в київських готелях мають організаційний і кадровий характер. Відсутність івент-служби, слабка комунікація між підрозділами та нестача підготовленого персоналу знижують якість заходів. Залучення зовнішніх підрядників без внутрішніх стандартів ускладнює контроль сервісу, а нехтування аналітикою не дозволяє оцінити прибутковість напрямку.

Отже, сучасні готелі Києва дедалі більше тяжіють до формату багатофункціонального середовища, де подієве дозвілля виступає не доповненням, а рівнозначною складовою сервісної пропозиції. Але попри наявну інфраструктуру,

чимало готельних підприємств поки не мають повноцінної управлінської вертикалі для роботи з дозвіллевими форматами, що обмежує їхню гнучкість і прибутковість.

Сучасні готелі все частіше відмовляються від пасивної ролі орендного майданчика і беруть на себе повний цикл організації подій — від розробки концепції до управління досвідом гостей.

Цей процес охоплює розробку ідеї заходу, сценарне планування, підбір виконавців, технічне забезпечення, а також ретельний аналіз цільової аудиторії з урахуванням її очікувань. Крім того, графік події узгоджується з ринковою ситуацією, сезоном і логістичними обмеженнями.

На основі організаційних практик та сучасних тенденцій у сфері подієвого менеджменту свідчить про наявність низки потенційних напрямів удосконалення роботи готелю. В умовах зростаючої конкуренції серед готелів ділового призначення та посиленої уваги до створення незабутнього клієнтського досвіду, особливої актуальності набуває переосмислення підходів до організації заходів та впровадження інноваційних управлінських рішень.

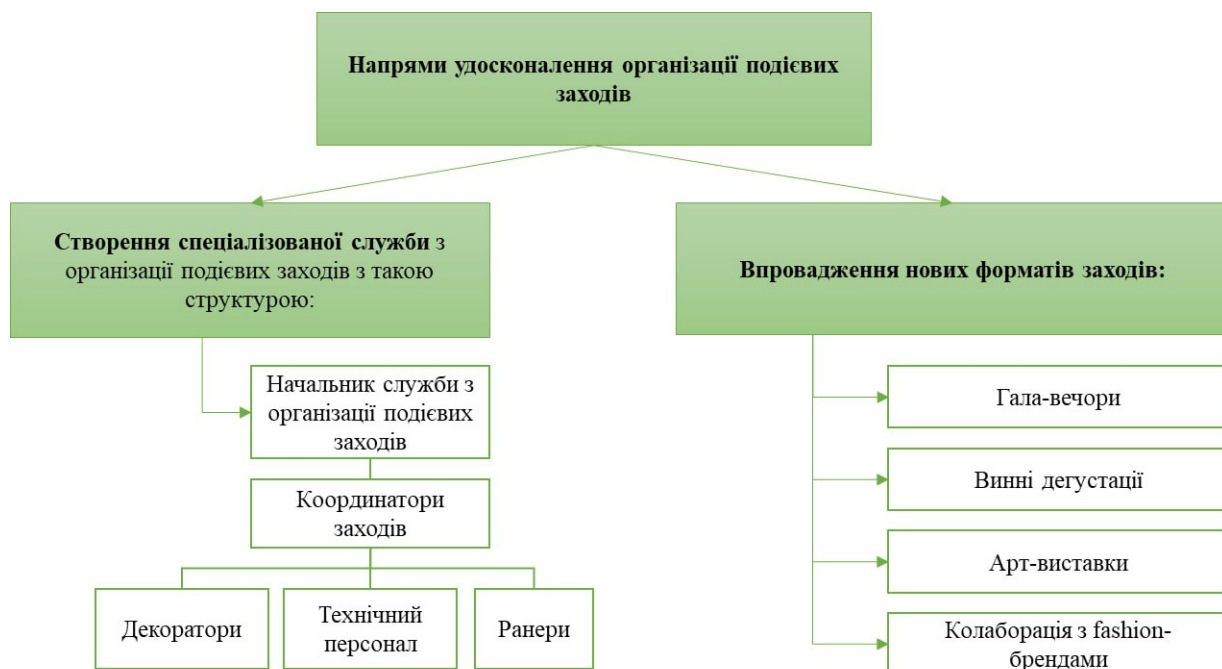


Рисунок 1 – Напрями удосконалення організації подієвих заходів у готелі.

Насамперед слід передбачити створення спеціалізованої служби з організації подієвих заходів, що дозволить централізувати управління проектами, забезпечити

високий рівень координації між підрозділами, а також підвищити гнучкість і швидкість реагування на запити замовників. До складу служби пропонується включити: начальника служби, який здійснює загальне керівництво і відповідає за стратегічне планування; координаторів заходів, які безпосередньо комунікують із клієнтами та супроводжують події; технічний персонал (звукотехніків, світлотехніків, відеооператорів); декораторів, що відповідають за візуальне оформлення; а також так званих «ранерів» – співробітників, які виконують оперативні доручення під час підготовки та проведення заходів.

Основними завданнями цієї служби стануть: розроблення нових концептуальних рішень для подієвих форматів, реалізація вже існуючих типів заходів, підготовка сценарних планів і детальних розкладів, організація співпраці з підрядниками, контроль за технічним забезпеченням, формування візуального образу події, а також узгодження роботи всіх підрозділів готелю, залучених до проведення заходу.

Служба організації подієвих заходів буде інтегрована в загальну структуру готелю та співпрацюватиме з низкою інших підрозділів. Найбільше служба буде комунікувати зі службою безпеки, службою управління номерним фондом, службою прийому та розміщення, службою ресторанного господарства та інженерно-технічною службою.

Технічне забезпечення заходів координуватиметься спільно з інженерно-технічною службою, яка відповідатиме за підключення світла, електрики, мультимедійного обладнання, кондиціонування та інші інженерні рішення. Для забезпечення цифрового супроводу (звук, проєкція, онлайн-трансляції) служба взаємодіятиме з відділом інформаційних технологій.

У питаннях підготовки та подачі страв, сервірування, обслуговування фуршетів і банкетів, служба комунікуватиме зі службою ресторанного господарства. Спільно з нею здійснюватиметься планування меню відповідно до формату заходу та кількості гостей, а також залучення персоналу (офіціантів, адміністраторів, барменів) до обслуговування.

Організація розміщення учасників заходів, підготовка номерів і логістика

прибуття/виїзду здійснюватимуться у співпраці зі службою прийому та розміщення та службою управління номерним фондом.

З питань безпеки та контролю доступу служба заходів співпрацюватиме зі службою безпеки – для погодження списків гостей, протоколу входу, охорони VIP-гостей та роботи під час тривоги.

У рамках удосконалення подієвої діяльності готелю пропонуємо вийти за межі традиційних форматів, зосереджених переважно на ділових зустрічах і конференціях. На нашу думку, запропоновані заходи перетворять готель на багатофункціональний майданчик для яскравих подій, що поєднують елементи культури, гастрономії, моди та партнерських ініціатив.

Гала-вечір, який планується як щорічна подія для постійних партнерів, формат - фуршету, що забезпечує гнучкість відповідно до запрошеного контингенту. Основна мета заходу – укріплення ділових зв'язків і формування преміального іміджу готелю. Подія передбачатиме живий музичний супровід, церемонію нагородження партнерів і використання вбудованого LED-екрана для презентацій. У фойє буде організовано брендування та окрема зона для VIP-гостей.

Формат винної дегустації з сомельє, запланованої як регулярна ініціатива у межах гастрономічного «винного клубу», на нашу думку, найкраще буде реалізуватися в ресторані. В залежності від потреб, можна задіяти винну кімнату, якщо вона є в готельному підприємстві. Захід триватиме близько трьох годин і включатиме коментарі сомельє, презентацію вин і легкий фуршет. Ключовим акцентом стане авторська подача страв і створення умов для неформального спілкування.

Арт-виставка локальних митців (Роман Мінін, Тарас Макар, Олексій Кондаков), наприклад, з вечірнім фуршетом і музичним супроводом. Основне завдання заходу – популяризація сучасного мистецтва, зміцнення культурного іміджу готелю та залучення нової цільової аудиторії. Подія передбачатиме відкриття виставки, коротку презентацію автора, неформальне спілкування з фуршетом і живою музикою у фоновому режимі.

Колаборація з fashion-брендами (Riot Division, Cher-17, VOVK тощо) у форматі презентації нової колекції з елементами перформансу потребуватиме адаптивного простору з можливістю трансформації. Такий захід має на меті зміцнення преміального позиціонування готелю, розширення контактів із lifestyle-брендами та формування культурно-інформаційного резонансу. Очікувана кількість гостей – від 50 до 120, залежно від формату (модний показ, презентація з DJ-сетом або fashion-вечірка). У сценарії передбачаємо відеопроєкції, робота медіа і розміщення брендových інсталяцій.

Узагальнюючи представлений матеріал, слід зазначити, що впровадження окреслених рішень щодо удосконалення подієвої діяльності у готелі ділового призначення має потенціал суттєво підвищити рівень організації заходів, забезпечити унікальний досвід для гостей і замовників та зміцнити імідж закладу як сучасного мультифункціонального простору.

Висновок.

Подієві послуги в готелях м. Києва поступово трансформуються з додаткового сервісу на стратегічно важливий напрям діяльності, здатний забезпечити сталий розвиток і конкурентні переваги навіть в умовах кризи. Аналіз динаміки готельного ринку, змін у структурі споживчого попиту та практики впровадження івент-послуг провідними закладами столиці свідчить про зростаючу актуальність цього сегменту.

Водночас, успішна реалізація подієвого напрямку вимагає усунення наявних організаційних проблем: формування окремих івент-команд, удосконалення внутрішньої комунікації, підвищення кваліфікації персоналу та впровадження ефективної системи управлінського обліку. За наявності комплексного підходу подієві послуги здатні не лише підвищити прибутковість готелю, а й зміцнити його імідж як сучасного, клієнтоорієнтованого простору.

Література:

1. Учасники проектів Вікімедіа. Подієва комунікація – Вікіпедія. *Вікіпедія*. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Подієва_комунікація

2. Всеукраїнський благодійний концерт «Твій вихід в світ». *jetsetter.ua*.
URL: <https://jetsetter.ua/event/vseukrayinskyj-blagodijnyj-kontsert-tvij-vyhid-v-svit/>

3. Зустріч жіночого бізнес-клубу The One in Million у ресторані Atmosfera. *jetsetter.ua*. URL: <https://jetsetter.ua/event/zustrich-zhinochogo-biznes-klubu-the-one-in-million-u-restorani-atmosfera/>

4. Vogue.ua. Благодійний новорічний концерт "Все здійсниться!" в Fairmont Grand Hotel Kyiv. *Vogue UA - жіночий журнал про моду, красу і стиль. Vogue Ukraine - fashion, beauty, arts, society and living.*
URL: <https://vogue.ua/article/culture/lifestyle/blagodiyniy-novorichnij-koncert-vse-zdiysnitsya-v-fairmont-grand-hotel-kyiv-57849.html>

5. Міжнародний форум PRNext–24 відбудеться офлайн 12 квітня у InterContinental Kyiv. *OBOZREVATEL*.
URL: <https://www.obozrevatel.com/ukr/sobyitiya/mizhnarodnij-forum-prnext24-vidbudetsya-oflajn-12-kvitnya-u-intercontinental-kyiv.htm>

6. SUP DAY FORUM KYIV. *CVII*. URL: <https://sup.org.ua/event/sup-day-forum-kyiv/>

7. Harper's Bazaar зібрав друзів, читачів і партнерів у готелі Hilton Kyiv на літній Bazaar Beauty Brunch. *Harpers Bazaar*.
URL: <https://harpersbazaar.com.ua/culture/events/harpers-bazaar-zibrav-druziv-chytachiv-i-partneriv-u-hoteli-hilton-kyiv-na-litnij-bazaar-beauty-brunch/>

8. @hyattregencykyiv. Різдвяний бранч – це час дива, тепла та неймовірних смаків! Запрошуємо вас 15 грудня на наш святковий бранч, де ви зможете. *Instagram*.
URL: <https://www.instagram.com/hyattregencykyiv/p/DDFA746NtFe/>

9. Готель "Дніпро" - Офіційний сайт готелю "Дніпро" - Комфортні номери у центрі Києва. *Dnipro hotel* -. URL: <https://dniprohotel.ua/>

Abstract.

The article examines the role of event services as a key strategic component in the development of the hotel business under modern market conditions. It provides an in-depth analysis based on the case of Kyiv hotels, which retain their status as Ukraine's business and cultural hub despite wartime instability. The growing importance of event activities—conferences, business forums, charity and cultural events—is emphasized in shaping a positive image, increasing attractiveness, and ensuring financial stability for hotel enterprises.

The author systematizes the advantages of implementing event services and identifies key barriers to their development: the lack of specialized units, shortage of qualified personnel, weak interdepartmental coordination, and insufficient analytical and regulatory frameworks. The article analyzes best practices of leading Kyiv hotels ("Premier Palace", "Fairmont Grand", "InterContinental Kyiv", "Hilton", "Hyatt Regency", "Dnipro") in organizing a variety of event formats, including charity concerts, professional forums, social gatherings, themed brunches, and cultural initiatives.

Based on the studied cases, a concept is proposed for creating a specialized event department integrated with other hotel services, using a team-based approach and optimizing scenario planning and technical support. The article also presents promising event formats—gala evenings, wine tastings, art exhibitions, fashion brand collaborations—that help hotels enhance their brand, attract new audiences, and deliver high-quality guest experiences.

In conclusion, the author argues that event activity in hotel enterprises should be regarded not merely as a service component, but as a strategic tool for growth. With the implementation of modern organizational solutions and cross-functional coordination, this direction can ensure stable revenue, reputation capital, and resilience in a competitive environment.

Keywords: event management, hotel enterprise, organizational structure.

References:

1. Wikimedia Contributors. Event Communication – Wikipedia. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Подієва_комунікація
2. JetSetter.ua. All-Ukrainian Charity Concert "Your Step into the World". URL: <https://jetsetter.ua/event/vseukrayinskyj-blagodijnyj-kontsert-tvij-vyhid-v-svit/>
3. JetSetter.ua. Meeting of the Women's Business Club "The One in Million" at Atmosfera Restaurant. URL: <https://jetsetter.ua/event/zustrich-zhinochogo-biznes-klubu-the-one-in-million-u-restorani-atmosfera/>
4. Vogue.ua. Charity New Year Concert "Everything Will Come True!" at Fairmont Grand Hotel Kyiv. URL: <https://vogue.ua/article/culture/lifestyle/blagodiyniy-novorichniy-koncert-vse-zdiysnitsya-v-fairmont-grand-hotel-kyiv-57849.html>
5. Obozrevatel. International Forum PRNext–24 Will Be Held Offline on April 12 at InterContinental Kyiv. URL: <https://www.obozrevatel.com/ukr/sobyitiya/mizhnarodnij-forum-prnext24-vidbudetsya-oflajn-12-kvitnya-u-intercontinental-kyiv.htm>
6. SUP. SUP DAY FORUM KYIV. URL: <https://sup.org.ua/event/sup-day-forum-kyiv/>
7. Harper's Bazaar gathered friends, readers, and partners at the Hilton Kyiv hotel for the summer Bazaar Beauty Brunch. Harpers Bazaar. Retrieved from <https://harpersbazaar.com.ua/culture/events/harpers-bazaar-zibrav-druziv-chytachiv-i-partneriv-u-hoteli-hilton-kyiv-na-litniy-bazaar-beauty-brunch/>
8. @hyattregencykyiv. (n.d.). A Christmas brunch is a time of wonder, warmth, and incredible flavors! Join us on December 15 for our festive brunch... Instagram. Retrieved from <https://www.instagram.com/hyattregencykyiv/p/DDFA746NtFe/>
9. Dnipro Hotel. (n.d.). Dnipro Hotel – Official website – Comfortable rooms in the center of Kyiv. Retrieved from <https://dniprohotel.ua/>

Стаття відправлена: 16.06.2025р.

© Милка Д.В., Дулька О.С., Шидловська О.Б., Іщенко Т.І.

