

Даниленко М.І., к. е. н., старший викладач,
Київський національний торговельно-економічний університет,
Київ, Україна

Danylenko M., Google Scholar
ID https://scholar.google.com.ua/citations?view_op=list_works&hl=ru&user=LtQXbt4AAAAJ

ІВЕНТ-СЕРВІС ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

У період складних економічних перетворень вітчизняний готельний ринок знаходиться у пошуку нових інструментів, які дозволяють підвищувати рівень конкурентоспроможності підприємств. Світова практика функціонування суб'єктів готельного бізнесу наочно ілюструє зростаючу роль івент-сервісу як джерела додаткового доходу, шляху оптимізації коливань завантаженості номерного фонду та вагомого елементу формування бренду підприємства. Поруч з цим, слід констатувати, що значна частка українських готелів неповноцінно використовує можливості івентивного менеджменту, обмежуючи цей вид діяльності окремими інструментами.

Імплементация івент-сервісу у діяльність підприємств готельного господарства є складним процесом, що супроводжується неоднозначністю поглядів щодо пріоритетності видів івентів та форм їх реалізації. Розглядаючи науковий доробок у контексті даного напрямку, нам імпонує підхід науковця О. Хитрової, яка пропонує поділ івентів на дві групи: приватні (B2C) та ділові (B2B) [2]. Вважаємо, що для готельного бізнесу така базова класифікація дозволить здійснити чітке розмежування заходів та гармонійно розподілити обов'язки між учасниками процесу.

Адаптація даного підходу до готельної сфери дозволяє виокремити найбільш притаманні для неї види івентів, а також врахувати можливості підприємств з точки зору використання інфраструктури та сервісу (рис. 1).

Як бачимо з представленого рисунку, підприємства готельного господарства мають у своєму арсеналі розвинуту інфраструктуру для проведення івентів різного масштабу та складності як для приватних осіб, так і для бізнес-груп. Можливості щодо надання івент-сервісу для напрямку B2C, на наш погляд, можуть проявлятися у комплексній

організації івентів або частковому залученні спеціалістів підприємства у організації харчування, дозвілля чи консультативних послугах івентора.

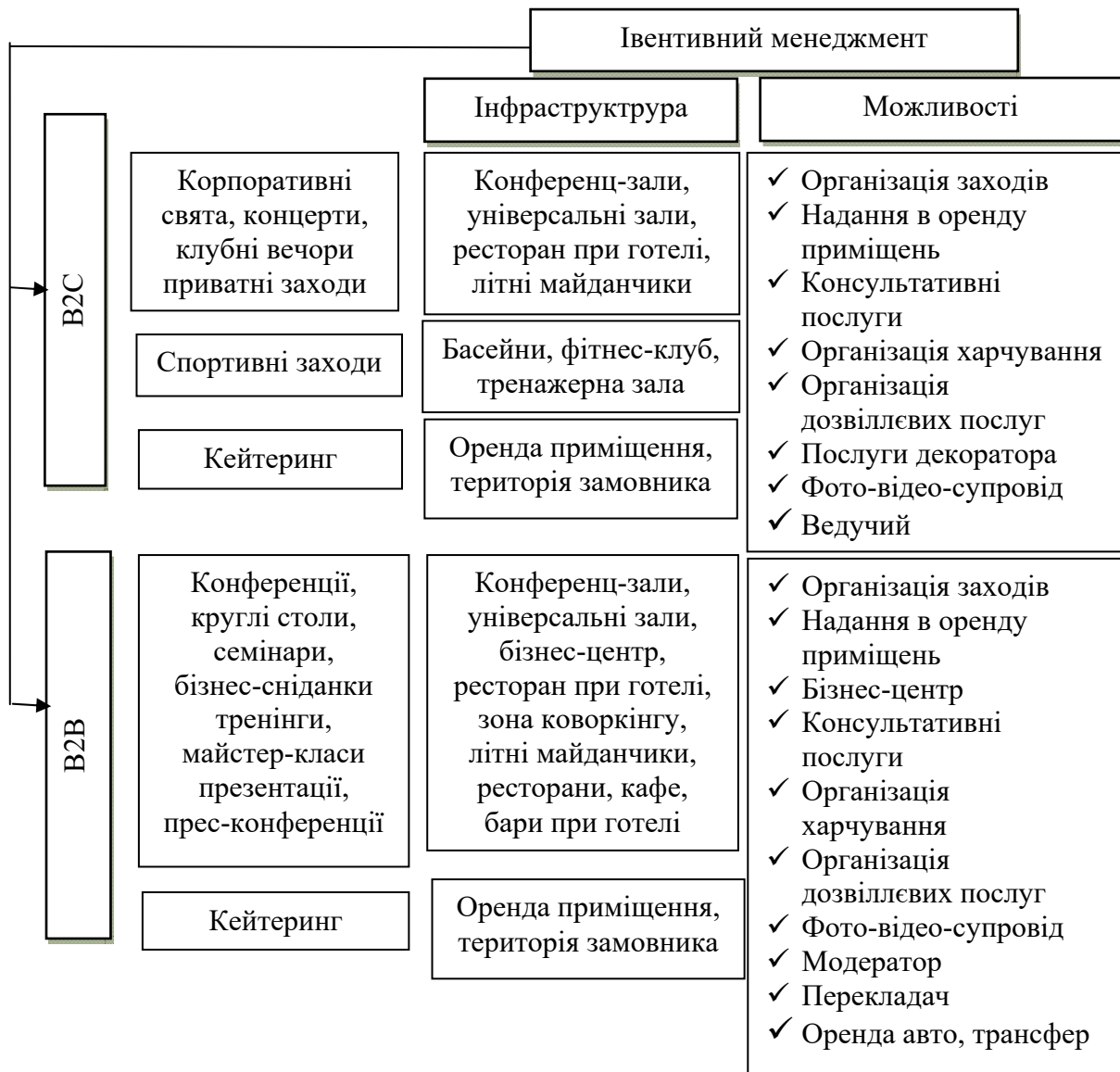


Рис. 1. Можливості івент-сервісу у готельному бізнесі

З фінансового погляду, більш пріоритетним напрямком івентивного менеджменту для готелів вважаємо організацію бізнес-івентів, де спектр можливостей полягає у аналогічних позиціях. Однак їх масштаби значно більші, а підвищення складності дозволить постійно розвивати професійні навички персоналу.

Додатковими перевагами для розвитку івентивного менеджменту є кейтеринг, який набуває особливого значення в умовах недостатньо розвинутої інфраструктури для проведення великих заходів.

Список використаних джерел

1. Забалдіна Ю.Б. Формування івентивного портфеля туристичних дестинацій / Ю.Б. Забалдіна [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2017/2017_5/9.pdf
2. Хитрова О. А. Стан і тенденції розвитку івент-менеджменту в Україні / О. А. Хитрова // Науковий вісник Міжнар. гуман.ун-ту. Серія: Економіка і менеджмент. – 2018. – Вип. 30. – С. 27-31. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2018_30_8