

Key words: profit, enterprise, financial management, marketing strategies, market of goods and services.

Науковий керівник:
Олійник Т. Г.,
канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри економіки підприємств,
Миколаївський національний аграрний університет

УДК 005.2:[339.138:338.488.2]

EVENT-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК НАПРЯМ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Гулько Анастасія Володимирівна,
здобувачка вищої освіти спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»
Миколаївський національний аграрний університет
м. Миколаїв, Україна

Анотація: *розкрито значення event-менеджменту як важливої складової маркетингової стратегії в індустрії гостинності, що допомагає залучати нових клієнтів, зберігати існуючих, підвищувати впізнаваність бренду та підвищувати рівень задоволення клієнтів. Він допомагає компаніям повернути увагу клієнтів та забезпечити їхнє задоволення, що в свою чергу допомагає компанії збільшити свій прибуток та підвищити рівень конкурентної здатності.*

Ключові слова: *індустрія гостинності, event-менеджмент, заходи.*

Гостинності як індустрії відводиться важлива роль у багатьох країнах світу, оскільки вона є ключовим елементом туристичної промисловості. В сучасному світі готельний бізнес, ресторанний бізнес, туризм та інші сфери гостинності є дуже конкурентоспроможними та стабільними галузями економіки, що забезпечує роботу для мільйонів людей по всьому світу. Однак, для того, щоб компанії в сфері гостинності були успішними, вони мають враховувати різні чинники, включаючи ефективний маркетинг та event-менеджмент.

Event-менеджмент - це процес планування, координації та виконання подій, які спрямовані на досягнення конкретних цілей. У галузі гостинності event-менеджмент є важливою складовою маркетингової стратегії, оскільки ефективні заходи можуть допомогти залучати нових клієнтів, зберігати існуючих та підвищувати рівень задоволення клієнтів [1].

Event-менеджмент може бути використаний для проведення різноманітних подій, таких як конференції, семінари, тренінги, вечірки, виставки, фестивалі та інші. Організація таких заходів може допомогти вирішити ряд маркетингових завдань [2;4]:

1. Підвищення уваги до бренду. За допомогою проведення цікавих заходів можна залучити увагу до бренду та підвищити його впізнаваність.

2. Розвиток іміджу. Проведення відомих та престижних заходів може допомогти підвищити імідж компанії та створити позитивне сприйняття бренду у масовій аудиторії.

3. Збільшення продажів. Проведення акцій та заходів може сприяти збільшенню продажів, оскільки такі заходи залучають більше клієнтів та допомагають збільшити обсяги продажів.

4. Залучення нових клієнтів. Проведення заходів може бути ефективним способом залучення нових клієнтів, оскільки ці заходи дозволяють встановити контакт з новими аудиторіями та привернути їх увагу до бренду.

5. Підвищення рівня задоволення клієнтів. Проведення заходів може допомогти підвищити рівень задоволення клієнтів, оскільки такі заходи надають можливість клієнтам більш глибоко ознайомитися з продуктами або послугами компанії, отримати нову інформацію та досвід, спілкуватися зі співробітниками та іншими клієнтами.

Для успішного проведення заходів в індустрії гостинності необхідно враховувати ряд факторів, таких як місце проведення, розклад подій, програму заходів, стиль та дизайн, рекламну кампанію та інші. Крім того, важливо пам'ятати про підготовку персоналу, який буде займатися обслуговуванням клієнтів під час заходів. Водночас, успішне проведення заходів вимагає комплексної підготовки та уважного планування [3].

Також важливо враховувати індивідуальні потреби та побажання клієнтів, адже від цього залежить успішність заходу. Наприклад, якщо компанія пропонує послуги для сімейного відпочинку, важливо забезпечити наявність розважальних програм для дітей, спеціальні страви для дітей та врахувати побажання батьків.

Також event-менеджмент може включати не тільки великі заходи, такі як конференції або святкування, але і менші заходи, такі як вечірки, спеціальні пропозиції для клієнтів або вечірки для клієнтів [5].

Отже, можна зробити висновок, що event-менеджмент є важливою складовою маркетингової стратегії в індустрії гостинності. Він дозволяє компаніям залучати нових клієнтів, зберігати існуючих та підвищувати рівень задоволення клієнтів. Успішне проведення заходів вимагає комплексної підготовки та уважного планування, а також врахування індивідуальних потреб та побажань клієнтів. Крім того, event-менеджмент може бути важливим елементом управління репутацією компанії та позитивно вплинути на її імідж. Таким чином, компанії, які вміють успішно проводити заходи, мають більші шанси збільшити свій прибуток та підвищити свою конкурентну здатність.

Список використаних джерел

1. Getz, D. (2019). Event management and event tourism. Cognizant Communication Corporation.
2. Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., & McDonnell, I. (2016). Events management. Routledge.
3. Shone, A., & Parry, B. (Eds.). (2017). Successful event management: A practical handbook. Cengage Learning EMEA.
4. Crompton, J. L. (2019). Event tourism: Definition, evolution, and research. Routledge.
5. Finkel, R., & Petrick, J. F. (2019). Event planning and management: A practical handbook for PR and events professionals. Routledge.

***Abstract:** The value of event management as an important component of marketing strategy in the hospitality industry, which helps to attract new customers, retain existing ones, increase brand recognition and increase customer satisfaction, is revealed. It helps companies attract the attention of customers and ensure their satisfaction, which in turn helps the company to increase its profits and increase its level of competitiveness.*

***Keywords:** hospitality industry, event management, events.*

Науковий керівник:

Кушнірук В.С.,

канд. екон. наук, доцент,

доцент кафедри готельно-ресторанної справи

та організації бізнесу,

Миколаївський національний аграрний університет

УДК 334.722

НАПРЯМКИ СПРИЯННЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ В ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ

Данильчук Юлія Романівна,

здобувач вищої освіти 281 Публічне управління та адміністрування

Миколаївський національний аграрний університет

м. Миколаїв, Україна

***Анотація:** розглянуто напрямки сприяння розвитку бізнесу в територіальних громадах, питання щодо розпорядження майном, розробки та контролю програм соціально-економічного та культурного розвитку,*