

## ОСОБЛИВОСТІ НАДАННЯ БІЗНЕС ПОСЛУГ НА ПРИКЛАДІ ГОТЕЛЮ «KHARKIV PALACE»

*Давиденко П.О., здобувач вищої освіти,  
davydenkopolina3@gmail.com*

*Науковий керівник: Андренко І. Б., к.е.н., доцент  
Харківський національний університет міського  
господарства імені О. М. Бекетова*

Ринок послуг ділового туризму активно розвивається в Україні в цілому, та на рівнях окремих підприємств, в тому числі й у готельних закладах. Розглянемо особливості бізнес обслуговування на рівні окремого готельного підприємства на прикладі готельного закладу «Kharkiv Palace».

Для того, щоб краще розглянути всі перспективи даної тематики, спочатку хочу розглянути характеристику самого готелю.

Готель «Kharkiv Palace» офіційно відчинив свої двері в грудні 2011 року. І з моменту заснування, головним його завданням було створення атмосфери домашнього затишку і комфорту для кожного гостя, що проживає в готелі. Для готелю важливо не тільки виправдовувати, а й перевершувати очікування гостей, надавати щось більше, ніж просто бездоганне обслуговування. Саме тому, команда готелю і кожен окремий співробітник працюють 24/7 над тим, щоб кожне перебування в готелі стало по-справжньому незабутнім.

Що стосується переваг готелю, по-перше, готель розташований в історичному та діловому центрі міста, а це означає, що він користується попитом у організаторів ділових засідань та заходів. Кількість номерів у готелі 171, у кожному з них є наявність безкоштовного Wi-Fi Інтернету, гардероб, телефон, бра з додатковим точковим освітленням, сейф, який вміщує ноутбук та інші необхідно важливі приладдя для відпочинку.

Доцільно приділити увагу проведенню ділових заходів. Якщо у організаторів є необхідність організації конференції, майстер-класу, зустрічі з діловими партнерами або урочистої церемонії – у розпорядженні великий вибір елегантних і функціональних конференц-залів готелю Kharkiv Palace.

Кожен простір для бізнес-заходів спроектовано, як багатофункціональний, що може трансформуватися відповідно до будь-яких варіантів розсадки та формату події. І є можливість обрати

зал, який відповідає вимогам, і дозволити організувати захід професійній команді готелю «Kharkiv Palace».

Отже, проаналізуємо основні характеристики, особливості і можливості кожного конференц-залу готелю.

Бальний зал – один із перших залів. Найвишуканіше й одночасно одне з найбільш універсальних приміщень в Харкові, яке вдало поєднує в собі новітнє високотехнологічне обладнання та довершену елегантність. Площа даного залу складає – 500 м<sup>2</sup>, а максимальна кількість гостей – 500 осіб [1,2].

Зал широко технічно адаптований до масштабних ділових заходів, а саме є у наявності: звукове обладнання, радіомікрофони, вбудовані і мобільні проектори та екрани, вбудована система кондиціонування, професійне звукове та освітлювальне устаткування, звуконепрозакі перегородки для поділу залу на частини, високошвидкісний Wi-Fi доступ, інше необхідне обладнання (за вимогою), сцени різних конфігурацій, в тому числі подіум для дефіле і майданчик для виступу.

Крім цього, до бального залу також входить і Фойє Бального залу, площа якого – 287 м<sup>2</sup>, максимальна кількість гостей – 300 осіб. Це просторе приміщення з інтер'єром в холодній палітрі відтінків карамелі та золота, прекрасно підходить для офіційних коктейльних прийомів та елегантних весільних церемоній [1,2].

Конференц-зал «Харків» – це багатофункціональний сучасний простір, який можна трансформувати відповідно до будь-яких варіантів розсадки і типу заходу. Завдяки пастельній палітрі кольорів в карамельних і шоколадних відтінках, панорамним вікнам, що наповнюють простір денним світлом – це ідеальне місце для ділових заходів або презентацій високого рівня. В залі є можливість затемнити простір автоматичними шторами за вимогою. Площа конференц-залу «Харків» складає 150 м<sup>2</sup>, місткість – 150 осіб [1,2]. Технічне обладнання у всіх конференц-залах готелю однакове.

Конференц-зал «Київ» оформлено в палітрі карамельних відтінків і обладнано усім необхідним для проведення заходу будь-якого рівня. Зал може бути легко трансформований під необхідний варіант розсадки. Площа цього залу – 47 м<sup>2</sup>, місткість складає 40 осіб.

У готелі «Kharkiv Palace» є також VIP-кімнати та кімнати переговорів.

VIP-кімната «PACIFIC SPOON» – є ідеальним місцем для приватних обідів, прийомів або сімейних урочистостей, і все це

завдяки панорамним вікнам, що наповнюють простір денним світлом, в поєднанні з вишуканим дизайном у відтінках темного шоколаду. Площа цієї VIP-кімнати – 38 м<sup>2</sup>, а максимальна кількість гостей: 30 осіб.

Кімнати переговорів «Одеса» та «Львів» відрізняються дизайном кімнат та розміром. Площа кімнати переговорів «Одеса» – 22 м<sup>2</sup> (на 10 осіб). Площа кімнати переговорів «Львів» – 25 м<sup>2</sup> (на 12 осіб) [1,2].

Готель «Kharkiv Palace» також пропонує гостям бізнес-ланчі. Це спеціальне меню доступно з 12:00 до 15:00 в ресторані «The Terrace». У це меню входять найрізноманітніші страви: салати, перші та основні блюда.

В цілому можна дійти висновку, що готельний заклад розуміє важливість й перспективність обслуговування ділових туристів і впроваджує надання ділових послуг на високому рівні, що дозволяє проводити ділові заходи в готелі успішно.

#### **Література.**

1. Офіційний сайт готелю Kharkiv Palace. URL: <https://kharkiv-palace.com/> (дата звернення 12.11.2021).
2. Послуги Kharkiv Palace Hotel. URL: <https://www.booking.com/hotel/ua/kharkiv-palace-premier.ru.html> (дата звернення 12.11.2021).

## **КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ РЕСТОРАННОГО МАРКЕТПЛЕЙСУ**

*Давидов Є.О., асистент кафедри туризму і готельного господарства  
Науковий керівник: Оболенцева Л. В., д.е.н., професор  
Харківський національний університет міського господарства  
ім. О. М. Бекетова*

Ринок HoReCa в Україні залишається одним з найбільш динамічних секторів економіки. За даними дослідження урядової Платформи ефективного регулювання Міністерства економіки України, кількість зареєстрованих юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців, що здійснюють діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування і не перебувають у процесі припинення, складає близько 47 тис. закладів станом на 2020 рік [1].

Також варто зауважити, що концентрація клієнтів у вітчизняних закладах порівняно із європейськими аналогами досить висока. До