УДК 640.4:379.81]:[640.45:334.012.4
DOI: 10.31866/2616-7468.2.2.2019.188203

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ КОРПОРАТИВНИХ ЗАХОДІВ

Карина Свідло,
доктор технічних наук, професор
Харківський торговельно-економічний інститут
Київського національного
торговельно-економічного університету,
Харків, Україна,
karinasvidlo@gmail.com
http://orcid.org/0000-0002-0175-7756
© Свідло К., 2019

Наталія Якименко-Терещенко,
доктор економічних наук, професор,
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»,
Харків, Україна,
ekon.analiz@gmail.com
https://orcid.org/0000-0003-2927-7989
© Якименко-Терещенко Н., 2019

Надія Попова,
доктор технічних наук,
Харківський торговельно-економічний інститут
Київського національного
торговельно-економічного університету,
Харків, Україна,
https://orcid.org/0000-0003-2797-6989
© Попова Н., 2019

Актуальність. Корпоративні свята виконують значну мотивуючу функцію. Основним засобом мотивації були і залишаються матеріальні блага. Але цього недостатньо, необхідна ще й підтримка духовних цінностей членів компанії-працедавця. **Метою дослідження** є наукове обгрунтування методології особливостей організації корпоративного свята на прикладі організації святкування ювілею компанії у ГРК. **Методи дослідження** поєднують систематизацію інформації щодо переліку послуг по організації святкування ювілею компанії у ГРК, порівняння вимог до відповідних заходів, більш детально досліджувана матеріально-технічна база та персонал реалізації інноваційної послуги. **Результати**. Досліджено вплив різноманітних чинників і складових компонентів ціннісно-нормативної підгрупи організаційної культури компанії на формування інноваційної послуги щодо організації святкування ювілею компанії у ГРК. Встановлено вплив вищеозначених чинників і складових на формування основних етапів надання інноваційної послуги щодо організації святкування ювілею компанії. Розроблено раціональний сценарій інноваційної послуги та окреслено матеріально-технічну базу організації святкування ювілею компанії у закладах готельного господарства.

Ключові слова: організаційна культура компанії, інноваційна послуга, ювілей компанії, заклади готельного господарства.

Актуальність проблеми

Постановка проблеми. Корпоративні заходи дозволяють зробити колектив однією командою. Працювати, відпочивати і разом відзначати свята так, щоб це

приносило і користь, і задоволення, – бажання будь-якої людини, яка дорожить своєю роботою. Мати згуртований творчий колектив, колектив людей, які поважають один одного, які роблять одну справу, – мрія будь-якого менеджера.

Корпоративне свято є компонентом організаційної культури та інструментом PR, провідником базових цінностей, носієм елементів фірмового стилю, формою системи внутрішньокорпоративної комунікації та комунікації організації із зовнішнім середовищем. Виходячи з цього, можна стверджувати, що корпоративне свято є одним зі складових компонентів ціннісно-нормативної підгрупи організаційної культури компанії, а точніше, входить у комплекс корпоративних традицій (Мэттел, 2012).

Корпоративні свята виконують значну мотивуючу функцію. Основним засобом мотивації були і залишаються матеріальні блага. Але цього недостатньо, необхідна ще й підтримка духовних цінностей членів компанії-працедавця. Корпоративним заходом, або корпоративом, можна назвати будь-який захід, який проводиться від імені компанії-працедавця за участю її співробітників. Корпоративне свято – важлива частина життя кожної компанії, невід'ємний елемент корпоративної культури, «цеглинка», що закладається у фундамент позитивного іміджу роботодавця на ринку праці. Організація корпоративних свят – це ідеальна можливість «показати» партнерам, клієнтам і колективу високу динаміку розвитку компанії, її потужний потенціал і стабільність.

Стан вивчення проблеми. Ювілей компанії – це спеціальний захід, ініційований і фінансований компанією, організований для персоналу (з можливим залученням членів їх сімей), присвячений події у житті компанії, який є засобом підтримки організаційної культури. Даний захід є чудовою можливістю показати, що вона зростає, стає успішною та набирає все більшого досвіду. Організація та оформлення святкування ювілею компанії є відповідальною справою і вимагає обов'язкового залучення фахівців, у більшості випадків сьогодні організацією таких заходів займаються івент-агенції. Такий захід вимагає професійного підходу, а фахівці івент-агенції зроблять все на достатньому рівні, оскільки все має бути якнайкраще (Мэттел, 2012).

День народження запам'ятається у фірмі надовго, якщо зробити його тематичним: креативно обіграти в сценарії свята те, чим закінчився минулий рік: було це розширення компанії, або видатні досягнення співробітників, або підписання вигідного контракту. Відповідно до цього вибирається і основна ідея: церемонія нагородження у стилі американської кіноакадемії з червоною доріжкою, статуетками і відповідним дрес-кодом: смокінги та вечірні сукні. Або свято з національним колоритом – залежно від того, представник якої країни став найбільш вигідним клієнтом, або в якому місті відкрита перспективна філія. Грамотно організований і проведений ювілей фірми може вирішити і проблеми, пов'язані з людським фактором: конфлікт співробітників або відділів, втомленість працівників, накопичені негативні емоції по відношенню до непопулярних нововведень у компанії. При створенні списку проблемних зон щодо персоналу має сенс проконсультуватися із відділом кадрів (Мэттел, 2012).

У святкових агентствах існує послуга зі складання індивідуального сценарію ювілею фірми, де знайдеться місце не тільки реалізації провідних завдань, а й творчого вираження формату свята – відповідно до нього вам запропонують і оформлення залу, і дизайн корпоративних подарунків, і навіть організацію ви-

ступу естрадної зірки – залежно від формату та побажань працівників (Муртузалиева, 2017).

При цьому професіонали в області проведення свят радять при будь-якому сценарії чергувати виступи артистів музичними номерами, конкурсами та танцювальними паузами. Типова схема організації повносервісного кейтерингового обслуговування корпоративного свята наведена у (П'ятницька, 2012).

Для організації виїзного обслуговування необхідно узгодити меню, виходячи із побажань клієнта та його фінансових можливостей. Замовник отримує ресторанну подачу відповідного сервісу, тому при розробці меню враховують особливості виїзного обслуговування. Не радять включати в меню смажену грудинку качки, курку, рибу, оскільки ці страви необхідно подавати до столу без затримки. Якщо замовник все таки бажає замовити їх у меню, то за додаткову оплату можлива доставка відповідного кухонного обладнання та устаткування для подачі цих страв (Муртузалиева, 2017).

На стадії закупівлі харчових продуктів використовують дві схеми роботи із замовником. У першому випадку замовник сам закуповує продукти і спиртні напої, що дає можливість заощадити до 30 % витрат, у іншому випадку цим займається заклад гостинності (Дорогунцов, 2005; П'ятницька, 2012; Роглєв, 2005).

Невирішені питання. В результаті аналітичного пошуку виявлено теоретичні аспекти організації кейтерингового обслуговування ювілеїв компаній, підприємств тощо у закладах готельно-ресторанного господарства. Надано загальну характеристику кейтерингової послуги з організації святкування ювілею компанії у ГРК.

Мета і методи дослідження

Метою статті є дослідження особливостей організації корпоративного свята на прикладі організації святкування ювілею компанії у ГРК.

Для досягнення мети були поставлені наступні завдання:

– вивчити вплив різноманітних чинників і складових компонентів ціннісно-нормативної підгрупи організаційної культури компанії на формування інноваційної послуги щодо організації святкування ювілею компанії у ГРК;

– дослідити вплив вищеозначених чинників і складових на формування основних етапів надання інноваційної послуги щодо організації святкування ювілею компанії;

– встановити раціональний сценарій інноваційної послуги та окреслити матеріально-технічну базу організації святкування ювілею компанії у ГРК.

Об'єкт дослідження: технологія надання інноваційної послуги організації святкування ювілею компанії на базі ГРК.

Предмети досліджень – конкурентопридатність послуги, ціннісно-нормативні підгрупи організаційної культури компанії, складові формування інноваційної послуги, матеріально-технічна база готельно-ресторанного комплексу.

Методи дослідження поєднують систематизацію інформації щодо переліку послуг по організації святкування ювілею компанії у ГРК, порівняння вимог до відповідних заходів, більш детально досліджувана матеріально-технічна база та персонал реалізації інноваційної послуги.

Інформаційна база дослідження – монографії, наукові статті у фахових збірниках наукових праць, матеріали міжнародних конгресів та симпозіумів, науково-практичних конференцій, нормативно-технічна та патентна документація.

Результати дослідження

В процесі дослідження вивчено вплив різноманітних чинників і складових компонентів ціннісно-нормативної підгрупи організаційної культури компанії на формування конкурентопридатності інноваційної послуги святкування ювілею компанії (сценарій, основні етапи заходу, матеріально-технічну базу) у готельно-ресторанному комплексі.

Для визначення конкурентопридатності інноваційних послуг формується перелік показників якості для даних послуг. Комплексний показник конкурентопридатності (КПК) визначається за допомогою: комплексного показника якості, комплексного показника конкурентних переваг, рівня цін, рівня задоволення потреб споживачів та популярності (іміджу) закладу (Мазаракі та ін., 2012).

КПК розраховується як функція двох абсолютних показників – вимірюваного ($P_{вим}$) і базового ($P_{баз}$), формула 1:

$$КПК = f(P_{вим}:P_{баз}) \quad (1)$$

Комплексне оцінювання якості готельних послуг та оцінка їх конкурентних переваг характеризуються узагальненими показниками, які визначаються комплексним методом.

Для визначення узагальненого показника якості готельних послуг необхідно відокремити послуги, які істотно змінюються. Для цього, використовуючи класифікацію властивостей, складаємо ієрархічну структуру властивостей готельних послуг. Нижній рівень властивостей в ієрархічній структурі посідає одиничні відносні показники якості готельного продукту, які здобуті перерахунком:

$$k_{ij} = f\left(\frac{P_{ij}}{P_{ij}^{ет}}\right) \quad (2)$$

де, k_i, P_{ij}, $P_{ij}^{ет}$ – значення і-го показника відповідно відносне, абсолютне та еталонне.

Комплексний показник якості розраховуємо на основі одиничних показників і коефіцієнтів вагомості за формулами 3 або 4.

$$K_{п.я.} = X_1 \frown X_2 (\sum_{i=1}^{l} k_{ф.хі} m_{ф.хі} + \sum_{i=P+1}^{P} k_{б.ці} m_{б.ці} + \sum_{i=P+1}^{q} k_о m_о + \sum_{i=1}^{n} m_ф k_ф) \quad (3)$$

або в загальному вигляді

$$K_{п.я.} = X_1 \frown X_2 \sum_{i=1}^{n} k_i m_i \quad (4)$$

де, X_1, X_2 – оцінка показників безпечності послуг за функцією вето;

$m_{ф.хі}$,$m_{б.ці}$,$m_о$,$m_ф$ – коефіцієнти вагомості одиничних показників якості ($\sum m_i$ = const);

$k_{ф.хі}$, $k_{б.ці}$, $k_о$, $k_ф$ – відносна оцінка одиничних показників якості;

l, P, q – кількість одиничних показників якості у групах показників;

n – загальна кількість одиничних показників.

Коефіцієнт вагомості m_p для одиничних показників, а також межі допустимих значень одиничних показників визначаємо експериментально.

Важливим етапом математичного планування експерименту є вибір критерію оптимізації, який відображає окремі критерії та характеризує об'єкт дослідження. Таким критерієм оптимізації можна взяти комплексний показник процесу надання готельних послуг при проектування інноваційних послуг $К_{п.я}$. Для його розрахунку застосовують таку методику. Згідно із законом адаптивності якість визначають як сукупність ознак:

$$К_{п.я} = n_1 g_1 + n_2 g_2 + \ldots + n_n g_n \quad (5)$$

де, g_1, g_2, g_n – безрозмірні числа, що означають окремі ознаки та зменшуються при погіршенні якості.

Величини g становлять відношення виміряної (розмірної) величини характеристики ознаки N_k до довільної сталої тієї самої розмірності. Якщо виміряне числове вираження ознаки збільшується при погіршенні якості об'єкта, слід вибрати обернене відношення.

Типове уявлення про безрозмірність g на основі N:

$$g = \text{const}/N;\ g = N/\text{const};$$

$$g = [(\text{const})_1 + N]/\ \text{const}_2;\ g = \text{const}_2/[(\text{const})_1 + N] \quad (6)$$

Коефіцієнт n враховує різницю та відносну значущість ознак у зображенні їх сукупності, формула 7.

$n_1 = c_1 (g_2\ g_3 \ldots g_n)$;

$n_2 = c_2 (g_1\ g_3 \ldots g_n)$;

$$n_n = c_n (g_1\ g_2 \ldots g_{n-1}); \quad (7)$$

Якщо $g_1 = m_1$; $g_2 = m_2$; ...; $g_n = m_n$; при $m_1 + m_2 + \ldots + m_n = 1$, де m_1, m_2 – коефіцієнт вагомості окремих ознак, отримуємо формулу 8.

$$c_2 = m_2/(m_1 c_1);\ c_3 = m_3/(m_1 c_1);\ c_n = m_n/(m_1 c_1) \quad (8)$$

Звідси

$$C = \frac{1}{g_1 g_2 \cdots g_n \left(\frac{1}{g_1} + \frac{m_2}{m_1 g_2} + \frac{m_3}{m_1 g_3} + \ldots + \frac{m_n}{m_1 g_n}\right)} \quad (9)$$

Таким чином, використовуючи формули (5), (7), (8) та (9), знаходимо значення c_1, c_2, c_3,..., c_n, та визначаємо показники якості у відносних одиницях.

З урахуванням значень окремих критеріїв розраховуємо комплексний показник якості ($К_{п.я}$). Після цього з'являється можливість побудувати моделі, використовуючи графічний засіб.

Комплексний показник якості можна розрахувати і за допомогою одиничних показників якості, отриманих за даними анкетного опитування споживачів. Далі одиничні показники якості переводяться у безрозмірні, які визначають як співвідношення одиничних показників якості досліджуваного й еталонного зразків за формулою (4), а $К_{п.я}$ визначаємо за формулою (3).

При розрахунку комплексного показника конкурентопридатності якість виражаємо як сукупність одиничних показників якості (формули 10 та 11).

$$K = n_1 q_1 + n_2 q_2 + \ldots + n_n q_n \quad (10)$$

де, q_1, q_2, q_n – безрозмірні числа, що виражають окремі значення одиничних показників конкурентопридатності;

n_1, n_2, n_n – коефіцієнти, які враховують відносне значення кожної характерної ознаки в їх сукупності.

$$n_{1,2,n} = c_n \left(q_1 \cdot q_2 \cdot \ldots \cdot q_{n-1} \right) \quad (11)$$

Для оцінювання реальної значущості кожної якісної ознаки в їх сукупності використовуємо коефіцієнт вагомості (m), визначений експертним методом [13].

З урахуванням коефіцієнтів вагомості $C_n = m_n/(m_1 c_1)$ значення c_1, c_2,...c_n,обчислюємо за формулою 12.

$$c_1(1/q_1 + m_2/(m_1 q_1) + \ldots + m_n/(m_n q_n)) = 1/(q_1 q_2 \cdot \ldots \cdot q_n) \quad (12)$$

Звідси

$$c_1 = 1/(q_1 q_2 \cdot \ldots \cdot q_n)(1/q_1 + m_2/(m_1 q_1) + \ldots + m_n/(m_n q_n)) \quad (13)$$

Найпростіше – влаштувати святкування в офісі, однак цей варіант не зовсім урочистий, а у великих компаніях ще й просто незручний. Найчастіше для святкування дня народження фірми знімають банкетні зали в ресторанах, готельно-ресторанних комплексах, бізнес-центрах; художні галереї, прогулянкові кораблі, а то й цілі стадіони та парки відпочинку – залежно від розмаху ювілею.

Урочиста частина свята має бути по можливості короткою. Оптимальний варіант, коли кількість виступаючих із привітальним словом не перевищує три-чотири особи. Адже мета заходу – створити сприятливе враження у гостей, а не утомляти їх. Мотив фірмових кольорів можна продовжити в оздобленні святкових страв, сервіровці столу, оформленні святкового торта (рис. 1).

Рис. 1. Варіанти оформлення корпоративних святкових тортів ("Кондитерська Арт-Презент", 2018)

Fig. 1. Corporate Holiday Cake Design Options

Ритм вечірки повинен відповідати потребам і запитам публіки: наприклад, кількість спожитого алкоголю можна регулювати тостами – за традицією, люди старшого віку між тостами не п'ють. Дуже важливий продуманий фінал святкування – бажано, щоб гості не втомилися, і у них залишилося відчуття жалю від того, що свято вже закінчилося.

Основні етапи підготовки корпоративного свята потребують вирішення наступних питань, які наведені у таблиці 1.

«Завести» гостей, викликати у них бажання взяти участь у конкурсах і спортивних заходах – майстерність професіоналів, і в кожному агентстві, що займається організацією свят, своє «ноу-хау».

Якщо свято організовано силами компанії, роль ведучого беруть на себе неформальні лідери (рис. 2, 3).

Кейтерингові компанії мають налагоджені зв'язки із постачальником та можуть запропонувати істотні знижки.

Табл.1. Основні етапи підготовки корпоративного свята

Tab. 1 – The main stages of preparing a corporate holiday

Етап	**Питання, що потребують вирішення**
Вирішення організаційних питань	1. Підбір місця проведення свята. 2. Технічне забезпечення. 3. Святкова поліграфія (стильні та презентабельні запрошення, грамоти для працівників, роздатковий матеріал для конкурсів та ін.). 4. Пошук та вибір ведучого свята. 5. Пошук та координація роботи артистів та шоу-програми. 6. Пошук та координація роботи музичних колективів та виконавців.
Оформлення місця святкування	1. Логотип компанії. 2. Флористика. 3. Аеродизайн. 4. Текстиль. 5. Тематичне оформлення (якщо для ювілею обрана тема святкування).

Продовження табл. 1

Сценарій	1. Написання сценарію з урахуванням усіх побажань та пропозицій. 2. Внесення у святкування моментів квесту та тімбілдингу. 3. Корегування свята з урахуванням специфіки діяльності компанії та середнього віку працівників.
Press-wall	1. Замовлення банера (тамарезки) із прорізами для обличчя, що відображає напрямок діяльності компанії, містить важливу інформацію, розміщення якої на сторінках соцмереж є рекламою фірми. 2. Бренд-волл із логотипом компанії.
Тематичний банкет (рис. 2)	1. Страви із зображенням логотипу компанії підкреслюють статус святкування. 2. Торт будь-яких форми, розміру і кольору з логотипом компанії або ж тематичним відповідно до ідеї заходу.
Шоу-програма святкування (рис. 3)	Наприклад, це може бути пісочне шоу, під час якого художник на скляному столі малює піском історію про компанію, а учасники корпоративу бачать на великому екрані красиве привітання із упізнаваними персонажами.
Майстер-класи	Це може стати родзинкою свята. Адже працівники не лише навчаться чогось нового, а й чудово проведуть час!
Завершення свята	Фінал святкування має бути гучним та видовищним. Красивий феєрверк або вогняне шоу стануть вражаючою крапкою Дня народження компанії.

Рис. 2. Варіант оформлення фуршету до ювілею фірми (“Мир торжества”, 2018)

Fig. 2. The variant of registration of a cocktail reception for the company’ Jubilee

Рис. 3. Художнє шоу на святі компанії (“Мир торжества”, 2018)

Fig. 3. Company Holiday Art Show

Повносервісне кейтерингове обслуговування за спеціальним замовленням передбачає, що івент-агенція, яка є організатором обслуговування, повністю бере на себе розробку сценарію проведення свята (табл. 2), складання меню, приготування страв та напоїв, їх доставку на місце банкету, обслуговування споживачів заходу.

При прийнятті програми сервіс-менеджер погоджує із замовником час надання послуг та умови їх надання, місце проведення заходу, розміщення гостей, наявність туалетів, кімнат для персоналу, місце доготування страв та напоїв, місця для куріння, екологічні норми, наявність протипожежних заходів та безпечність

проведення банкету як великого скупчення людей. На основі даних розробляється схема розміщення меблів та устаткування, оформлення приміщень, узгоджується сценарій проведення заходу.

Виробничий процес приготування ресторанної продукції відбувається на стаціонарному виробництві, страви нескладного приготування можуть бути порціоновані та оформлені на місці проведення заходу у доготівельних приміщеннях безпосередньо перед подачею.

Табл. 2. Орієнтовний сценарій підготовки та проведення банкетного заходу «Корпоративне свято»

Tab. 2 – An Approximate Scenario for Preparing and Holding a Corporate Holiday Banquet Event

Тривалість	**Операції**	**Виконавці**
1 день		
8.00–9.00	Завезення меблів, елементів декору інтер'єру та декорацій, посуду, білизни, костюмів	Водії, вантажники
9.00–11.30	Розвантажування, перенесення до приміщення, монтаж сцени, декорацій, встановлення піротехнічних заходів	Вантажники, працівники спеціалізованих фірм
11.30–13.00	Розставляння меблів, елементів декору інтер'єру та декорацій за планом	Вантажники, дизайнери, офіціанти
13.00–18.00	Прасування скатертин, юбок, драпірування столів, прикрашання приміщень	Дизайнери, офіціанти
2 день		
12.30–12.45	Прихід персоналу, переодягання у спецодяг та спецвзуття (кухарі)	Адміністратор, хостес, офіціанти, бармени
12.45–13.30	Сервірування столів, бару, буфету, стійки бару	
13.30–14.30	Завезення і приймання холодних страв, закусок, напоїв	Офіціанти, бармени, кухарі, вантажники, водії
14.30–15.00	Дооформлення страв (за потребою), винесення страв до зали на столи	Кухарі, офіціанти, бармени, хостес
15.10–15.30	Підготовка персоналу до роботи, переодягання у формений одяг та взуття, оформлення зачісок та ін.	Метрдотель, хостес, офіціанти, бармени
15.30–16.00	Інструктаж перед обслуговуванням, перевірка генеральної готовності обслуговуючого персоналу	Метрдотель
15.30–16.00	Початок свята. Зустріч гостей	Хостес, офіціанти
16.00–22.00	Розважальна програма	Артисти, хостес
16.00–22.00	Обслуговування гостей під час розважальної програми	Офіціанти, бармени, хостес
16.30–17.00	Завезення та розважування гарячих закусок і страв	Водії, вантажники, кухарі
17.30–18.00	Порціонування гарячих закусок і страв	Кухарі
18.30–19.00	Досервірування столів, подача гарячих закусок і страв	Метрдотель, офіціанти

Продовження табл. 2

19.30–20.10	Обслуговування гостей, прибирання використаного посуду, порціонування десерту	Офіціанти, бармени, кухарі
20.30–21.10	Досервірування столів, подача десерту, вивезення торта, розрізання і подача гостям, прибирання посуду	Офіціанти, бармени, хостес
21.15–21.30	Порціонування, винесення і подача гарячих напоїв (чаю, кави)	Кухарі, офіціанти, бармени, хостес
21.45–22.30	Відеошоу «Історія кохання»», лазерне шоу	Діджей, віджей
22.30–23.00	Святковий феєрверк, завершення свята	Працівники спеціалізованої фірми, метрдотель, хостес
23.30–01.00	Прибирання та сортування посуду, складання меблів, завантаження та транспортування до бази спецобладнання, прибирання приміщень	Офіціанти, бармени, кухарі, вантажники, водії, прибиральники

Джерело: складено автором за (Мэттел, 2012; П'ятницька, 2012; Дорогунцов, 2005)

Виробничий підрозділ за спеціальним замовленням може працювати як на сировині, так і на напівфабрикатах різного ступеня готовності. З виробництва на місце проведення заходу готові страви відпускаються за забірними листами. Готові страви укладаються, запаковуються за допомогою харчової плівки, на кожний лист (тарілку, блюдо) прикріплюється стікер із зазначенням кількості страв в упаковці та час їх виготовлення.

Для забезпечення виробничим підрозділом відповідної температури подачі страв та напоїв кейтерингова компанія надає засоби накопичення та транспортування продукції, відповідний посуд та тару, що зберігає температуру страв протягом 2–3 годин (термоконтейнери, марніти, спеціальні термоси, термоапарати).

На місці проведення заходу встановлюють пересувні марніти для розігрівання або розміщують пересувну кухню, оснащену плитами, жарочними шафами, фритюрницями, електрогрилями, столами-сміттєзбірниками тощо. Кожний вид кейтерингового обслуговування передбачає наявність певної матеріально-технічної бази – необхідне обладнання, інвентар та допоміжні засоби у відповідній кількості та номенклатурі.

Матеріально-технічна база організації виїзного обслуговування включає забезпеченість такими предметами: кухонне устаткування та інвентар для приготування продукції; обладнання та посуд чи ємності для транспортування готової продукції та напівфабрикатів; столи, стільці, інші меблі для проведення заходів; столовий посуд, набори, інші предмети сервірування столів, столова білизна, таці тощо; предмети декору та оформлення приміщення; форма обслуговуючого персоналу; звуко- та світлоапаратура; тенти, палатки для проведення заходів, допоміжне устаткування та інше обладнання.

Перевага повносервісного кейтерингового обслуговування полягає в тому, що він повністю забезпечується кейтерингової компанією. Доволі складно знайти однаковий посуд, білизну, меблі на велику кількість запрошених, тому потенційний замовник віддає перевагу тому закладу гостинності, який забезпечує не

тільки банкетною продукцією, але й відповідним матеріально-технічним устаткуванням.

Враховуючи тематику заходу й особливості проведення банкету, за бажанням замовника відповідно стилізується оформлення приміщень.

Оформлення закритої та відкритої зали для проведення корпоративного банкету представлено на рисунках 4, 5.

Рис. 4. Дизайн закритої зали для проведення корпоративного банкету (П'ятницька, 2012)

Fig. 4. Design of a closed hall for corporate banquet

Рис. 5. Дизайн відкритої зали для проведення корпоративного банкету (на теплоході та на природі) (Роглєв, 2005).

Fig. 5. Design of an open hall for corporate banquet (on a ship and in the nature)

Для цього підбираються відповідні меблі, посуд, столова білизна, спеціальний одяг для офіціантів, якщо необхідно, то замовляється їх виготовлення. Для якісного та повносервісного обслуговування споживачів використовується велика кількість посуду із прозорого та кольорового скла, великий набір білих та кольорових скатертин, металевих таць, стійок, столів, стільців, вішалок, тентів тощо. Скляний і порцеляновий посуд має бути підвищеної міцності.

Іноді за бажанням замовника при обслуговуванні на природі може бути використаний одноразовий посуд. Для раціональної організації роботи складського господарства та зручності транспортування інвентарю для кейтерингового обслуговування необхідно дотримуватися вимог зберігання предметів матеріально-технічного забезпечення:

– пластикові меблі зберігаються розібраними, окремо стільці та ніжки, упаковані у плівку;
– тарілки, таці, блюда зберігаються у картонних коробках із написами, розкладені за видами;
– скло зберігається у картонних коробках, кожна з яких маркірована стікером із назвою виробів та їх кількістю;
– тенти зберігаються у складеному вигляді у мішках;
– білизна та спецодяг – у пластикових коробках та мішках.

Така форма зберігання дозволяє легко знайти потрібний інвентар і транспортувати його на місце проведення заходу. Під час проведення підготовчих робіт матеріально відповідальна особа на складі отримує затверджену керівництвом заявку на відвантаження інвентарю певної кількості та найменування залежно від виду та масштабності заходу. Транспортування обладнання та посуду потребує правильного укомплектування машин та інших транспортних засобів.

Приблизний перелік номенклатури необхідного обладнання, меблів, білизни, посуду при підготовці банкетного заходу на 120 персон наданий у таблиці 3. Після завершення банкету використаний посуд, столову білизну, предмети сервірування та декорування укладають у ящики і транспортують до підприємства для санітарної обробки. Столи розбирають, сцену, обладнання та устаткування демонтують. Перевіряють кількість предметів матеріально-технічного забезпечення, їх стан, визначають кількість розбитого посуду і скла, поламаних меблів тощо. Як правило, витрати, пов'язані з боєм та ломом вищеназваних предметів, відшкодовує замовник, тому дуже важливо провести відповідні підрахунки одразу після завершення заходу.

Після санітарної обробки всі предмети матеріально-технічного забезпечення повертають на склад, де комірник приймає їх, фіксуючи кількість та якість інвентарю, посуду, обладнання, меблів. За необхідності планують реставраційні роботи. Для транспортування використовують як власний транспорт, так і орендований (вантажні машини).

Табл.3. Необхідне обладнання, меблі, білизна, посуд при підготовці банкету на 120 персон

Tab. 3. Equipment, furniture, linen, utensils required when preparing a banquet for 120 people

Обладнання	**Кількість, од.**
Термобаки для сухого льоду ємністю 1 м^3	1
Гастроємності	У кількості найменувань страв
Теплова шафа	1
Конвектомат	1
Столи розкладні	10
Стільці	120
Посуд та набори	120 + 20 (запас)
Транспортні засоби	ЗІЛ «Бичок»
Страви та необхідне обладнання доставляються трьома рейсами	

Джерело: розроблено автором за (Мэттел, 2012; Мазаракі та ін., 2012)

Для реалізації приблизного сценарію проведення корпоративного банкету необхідно задіяти персонал та закріпити за ним відповідні функції. Розподіл персоналу по функціям приведений у таблиці 4 та ілюстрований на рис. 6.

Табл. 4. Кількість персоналу для підготовки та проведення банкетного заходу «Корпоративне свято»

Tab. 4- Number of staff to prepare and hold a corporate event

Посада	**Функції**	**Кількість працівників**
Менеджер кейтерингової служби	Загальне управління заходом, розробка та корегування проведення банкету	1
Кухарі IV–VI розряду	Приготування та оформлення страв	4
Офіціанти IV–V розряду	Обслуговування гостей	5–7
Бармени III–IV розряду	Флаєрінг або фрістайл, класика	1–2
Арт-менеджер	Проведення розважальної програми	1
Артисти	Народний фольклорний ансамбль, дитячий колектив народного танцю	15–25
Інженер з устаткування	Відповідальний за музичне, лазерне, інше обладнання та устаткування, життя і безпеку гостей	
Дизайнер, флорист	Оформлення зали, столів, арки тощо	1 2
Технічний персонал	Прибирання та сортування посуду, складання меблів, завантаження та транспортування до бази спецобладнання, прибирання приміщень	3
Водій спецавтотранспорту та охоронець	Доставка та охорона матеріальних цінностей, контроль за дотриманням порядку	2

Джерело: складено автором за (П'ятницька, 2012; Дорогунцов, 2005)]

Рис. 6. Персонал для підготовки та проведення банкетного заходу «Корпоративне свято» (П'ятницька, 2012; Дорогунцов, 2005)

Fig. 6. Staff for the preparation and holding of the corporate event banquet event

Результат розрахунку комплексного показника конкурентопридатності вищенаведеної інноваційної послуги при реалізації її в готелі категорією 4* дає змогу стверджувати, що готель має потребу у вдосконаленні якісних показників після впроваджених нововведень, таким чином повторно розраховуємо комплексний показник якості готельних послуг.

Після опрацювання отримуємо узагальнені дані щодо одиничних показників якості послуг і розраховуємо середньоарифметичні значення одиничних показників якості за групами показників готельних послуг, результат зводимо у таблицю 5.

Табл. 5. Узагальнена оцінка якості готельних послуг за групами показників якості

Tab. 5. Generalized assessment of the quality of hotel services by groups of quality indicators

Показник якості послуги	P^{em}	P_i	k_i	$k_i m_i$
Стан матеріально-технічної бази	4,0	3,66	0,915	3,784
Технології обслуговування	4,0	3,5	0,875	3,72
Компетентність персоналу	4,0	3,75	0,937	3,595
Асортимент і якість додаткових послуг	4,0	3,55	0,887	3,513
Відсутність недоліків та безпечність послуг	4,0	3,466	0,866	3,405
Внутрішні стандарти якості	4,0	3,25	0,812	3,167

Джерело: складено автором за (Мазаракі та ін., 2012)

За результатами проведених розрахунків будуємо профіль якості готельних послуг (рис. 7).

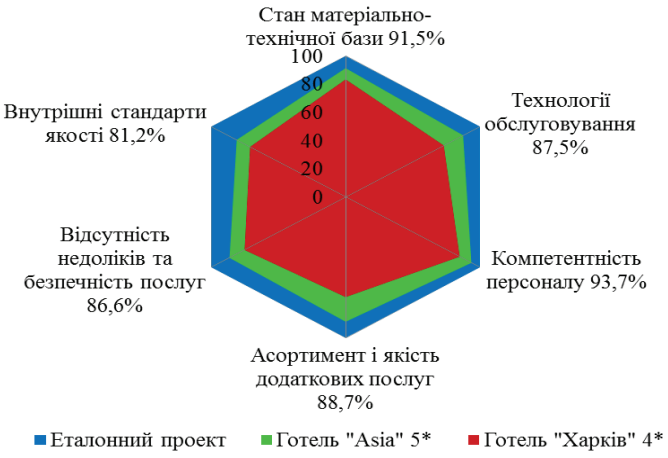

Рис. 7. Профіль якості послуг готелю після реалізації проекту розвитку (впровадження інноваційної послуги): синій – еталонний готель, зелений – готель після реалізації проекту, червоний – готель 4* до реалізації проекту.
Джерело: складено автором за (Мазаракі та ін., 2012)

Fig. 7. Quality profile of hotel services after implementation of the development project (introduction of innovative service): blue is reference hotel, green is hotel after project implementation, red is hotel 4* before project implementation.
Source: author by

Табл. 6. Результати розрахунку комплексного показника конкурентопридатності готельних послуг

Tab. 6. The results of the calculation of a comprehensive indicator of the hotel services competitiveness

Показник	**Коефіцієнт вагомості m_i**	**Еталон**	**Готель 4* до реалізації проекту**	**Готель 4* після реалізації проекту**
Комплексний показник якості	0,25	100,00	77,2	89,0
Комплексний показник конкурентних переваг	0,21	100,00	63,73	77,03
Рівень цін	0,17	100,00	54,0	65,0
Рівень задоволення очікувань споживачів	0,20	100,00	47,0	81,0
Популярність (імідж) підприємства	0,17	100,00	52,0	79,0
Сума	1,00	-	-	-
Автоматичне визначення приведених показників				
Комплексний показник якості	0,25	100,00	77,2	89,0
Комплексний показник конкурентних переваг	0,21	100,00	63,73	77,03
Рівень цін	0,17	100,00	54,0	65,0
Рівень задоволення очікувань споживачів	0,20	100,00	47,0	81,0
Популярність (імідж) підприємства	0,17	100,00	52,0	79,0
Координата Y	c_1	0,0000000025	0,0000000224	0,0000000069
	c_2	0,0000000021	0,0000000188	0,0000000058
	c_3	0,0000000014	0,0000000128	0,0000000039
	c_4	0,0000000011	0,0000000102	0,0000000031
	c_5	0,0000000008	0,0000000070	0,0000000021
Координата Z	n_1	0,250	0,188	0,220
	n_2	0,210	0,192	0,213
Відносне значення	n_3	0,143	0,154	0,172
кожної ознаки в їх сукупності	n_4	0,114	0,141	0,110
	n_5	0,078	0,087	0,077
Комплексна оцінка конкурентопридатності				
Комплексний показник якості	k_1	25,00	14,53	19,57
Комплексний показник конкурентних переваг	k_2	21,00	12,20	16,44
Рівень цін	k	14,28	8,30	11,18
Рівень задоволення очікувань споживачів	k_4	11,42	6,64	8,94
Популярність (імідж) підприємства	k_5	7,77	4,51	6,08
Комплексний показник конкурентопридатності	-	**79,47**	**46,19**	**62,23**

Аналізуючи вищезазначені дані, можна зробити висновок, що профіль якості послуг готелю категорії 4* після реалізації проекту наближається до еталонних значень набагато ближче в порівнянні з профілем якості послуг готелю 4* до реалізації проекту, що забезпечується розширенням спектра додаткових послуг (шляхом відкриття у складі готелю нового підрозділу з організації корпоративних свят), удосконаленням стану матеріально-технічної бази готелю, а також підвищенням компетентності обслуговуючого персоналу та технології обслуговування гостей підприємства.

Для формування об'єктивних висновків щодо конкурентоспроможності досліджуваних підприємств готельного господарства було проведено розрахунки комплексного показника конкурентопридатності, результати яких наведено в таблиці 6.

Приведені дані засвідчили доцільність застосування розробленої інноваційної послуги готелю (порівняно з наявними на ринку послугами конкурентів) та її відповідність еталонним вимогам.

Висновки та обговорення результатів

Таким чином можна зробити наступні висновки:

1. Проаналізовано пакет існуючих основних та додаткових послуг івент-агенцій. Прорблено особливості та основні етапи підготовки корпоративного свята, розглянуто перелік заходів, передбачених сценаріями для проведення святкування ювілею компаній (Press-wall, шоу-програма, майстер-класи) та питання їх фінансування.

2. Визначені основні етапи надання кейтерингової послуги та особливості святкування ювілею компаній, вказано на необхідність підбору дизайну банера (тамарезки) та бренд-волла з логотипом компанії, вивчено зміст масових розважальних заходів на корпоративних святах (квест та тімбілдинг) та особливості проведення майстер-класів.

3. Досліджено низку питань з організації святкування ювілею компанії у ГРК відповідної зірковості.

4. Прораховані комплексні показники конкурентопридатності готелю 4* до та після впровадження інноваційної послуги. Розрахунки доводять зростання конкурентопридатності готелів порівняно із готелями, що пропонують традиційний пакет послуг для готелю 4*.

Отримані результати дають підставу рекомендувати використання розробленої інноваційної послуги як додаткової для підвищення доходу закладів готельно-ресторанного господарства.

СПИСОК ПОСИЛАНЬ

Дорогунцов, С.І. (Ред.). (2005). *Управління сучасним готельним комплексом*. Київ: Ліра.

Кондитерська Арт-Презент. (2018). Взято з http://www.art-prezent.com.ua.

Мазаракі, А.А., Пересічний, М.І., Шаповал, С.Л., Мельниченко, С.В., Карпенко, П.О., Григоренко, О.М. … & Плешкань, Н.М. (2012). Проектування готелів. Київ: Київський національний торгівельно-економічний університет.

Мир торжества. (2018). Взято з https://mirtorjestva.jimdo.com.
Муртузалиева, Т.В. (2017). *Маркетинг услуг гостеприимства и туризма.* Москва: Дашков и К.
Мэттел, Б. (2012). *Кейтеринг. Руководство по эффективному управлению бизнесом.* Москва: BBPG.
П'ятницька, Н.О. (Ред.). (2012). *Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства* (2-ге вид.). Київ: Кондор.
Роглєв, Х. Й. (2005). Основи готельного менеджменту. Київ: Кондор.
Семеркова Л.Н., Белякова, В.А., Шерстобитова, Т.И., & Латынова, С.В. (2016). *Технология и организация гостиничных услуг.* Москва: Инфра-М.
Спектор, О.В., & Золотухіна, І.В. (2017). Економічна ефективність розширення асортименту додаткових послуг у готелі. Взято з http://www.spilnota.net.ua/ua/article/id-1428/.
Чудновский, А., Жукова, М., Белозерова, Ю., & Кнышова, Е. (2017). *Индустрия гостеприимства: основы организации и управления.* Москва: Форум.
Чудновский, А.Д., & Белозерова, Ю.М. (2017). *Безопасность бизнеса в индустрии туризма и гостеприимства.* Москва: Форум.

REFERENS

Chudnovskii, A., Zhukova, M., Belozerova, Iu., & Knyshova, E. (2017). *Industriia gostepriimstva: osnovy organizatcii i upravleniia [Hospitality industry: fundamentals of organization and management].* Moscow: Forum [in Russian].
Chudnovskii, A.D., & Belozerova, Iu.M. (2017). *Bezopasnost biznesa v industrii turizma i gostepriimstva [Business security in the tourism and hospitality industry].* Moscow: Forum [in Russian].
Dorohuntsov, S.I. (Ed.). (2005). *Upravlinnia suchasnym hotelnym kompleksom [Management of a modern hotel complex].* Kyiv: Lira [in Ukrainian].
Kondyterska Art-Prezent [Confectionery Art-Present]. (2018). Retireved from http://www.art-prezent.com.ua [in Ukrainian].
Mazaraki, A.A., Peresichnyi, M.I., Shapoval, S.L., Melnychenko, S.V., Karpenko, P.O., Hryhorenko, O.M. … & Pleshkan, N.M. (2012). *Proektuvannia hoteliv [Designing of hotels].* Kyiv: Kyiv National University of Trade and Economics [in Ukrainian].
Mettel, B. (2012). *Keitering. Rukovodstvo po effektivnomu upravleniiu biznesom [Catering. Effective business management guide].* Moscow: BBPG [in Russian].
Mir torzhestva [World of triumph]. Retireved from https://mirtorjestva.jimdo.com [in Ukrainian].
Murtuzalieva, T.V. (2017). *Marketing uslug gostepriimstva i turizma [Marketing of hospitality and tourism services].* Moscow: Dashkov i K [in Russian].
Piatnytska, N.O. (Ed.). (2012). *Orhanizatsiia obsluhovuvannia u zakladakh restorannoho hospodarstva [Organization of service in restaurants]* (2nd ed). Kyiv: Kondor [in Ukrainian].
Rohliev, Kh.Y. (2005). *Osnovy hotelnoho menedzhmentu [Basics of hotel management].* Kyiv: Kondor [in Ukrainian].
Semerkova, L.N., Beliakova, V.A., Sherstobitova, T.I., & Latynova, S.V. (2016). *Tekhnologiia i organizatciia gostinichnykh uslug [Technology and organization of hotel services].* Moscow: Infra-M [in Russian].
Spektor, O.V., & Zolotukhina, I.V. (2017). Ekonomichna efektyvnist rozshyrennia asortymentu dodatkovykh posluh u hoteli [Cost effectiveness of expanding the range of additional services in the hotel] Retireved from http://www.spilnota.net.ua/ua/article/id-1428/ [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції: 07.12.2019

УДК 640.4:379.81]:[640.45:334.012.4

Карина Свидло,
доктор технических наук, профессор,
Харьковский торгово-экономический институт
Киевского национального торгово-экономического
университета,
Харьков, Украина,
karinasvidlo@gmail.com
http://orcid.org/0000-0002-0175-7756

Наталия Якименко-Терещенко,
доктор экономических наук, профессор,
Национальный технический университет
«Харьковский политехнический институт»,
Харьков, Украина,
ekon.analiz@gmail.com
https://orcid.org/0000-0003-2927-7989

Надежда Попова,
доктор технических наук,
Харьковский торгово-экономический институт
Киевского национального торгово-экономического
университета,
Харьков, Украина,
https://orcid.org/0000-0003-2797-6989

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ КОРПОРАТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

Актуальность. Корпоративные праздники выполняют значительную мотивирующую функцию. Основным средством мотивации были и остаются материальные блага. Но этого недостаточно, необходима еще и поддержка духовных ценностей членов компании-работодателя. **Целью исследования** является научное обоснование методологии особенностей организации корпоративного праздника на примере организации празднования юбилея компании в ГРК. **Методы исследования** сочетают систематизацию информации о перечне услуг по организации празднования юбилея компании в ГРК, сравнение требований к ответным мерам, более подробно исследовано материально-техническая база и персонал реализации инновационной услуги. **Результаты**. Исследовано влияние различных факторов и составляющих компонентов ценностно-нормативной подгруппы организационной культуры компании на формирование инновационной услуги по организации празднования юбилея компании в ГРК. Установлено влияние вышеуказанных факторов и составляющих на формирование основных этапов предоставления инновационной услуги по организации празднования юбилея компании. Разработан рациональный сценарий инновационной услуги и обоснована материально-техническую база организации празднования юбилея компании в заведениях гостиничного хозяйства.

Ключевые слова: организационная культура компании, инновационная услуга, юбилей компании, учреждения гостиничного хозяйства.

UDC 640.4:379.81]:[640.45:334.012.4

Karyna Svidlo,
Doctor of Engineering Sciences, Professor,
Kharkiv Institute of Trade and Economics of Kyiv
National University of Trade and Economics,
Kharkiv, Ukraine,
karinasvidlo@gmail.com
http://orcid.org/0000-0002-0175-7756

Nataliia Yakymenko-Tereshchenko,
Doctor of Economics, Professor,
National Technical University
"Kharkov Polytechnic Institute",
Kharkov, Ukraine,
ekon.analiz@gmail.com
https://orcid.org/0000-0003-2927-7989

Nadiia Popova,
Doctor of Technical Sciences,
Kharkov Trade and Economic Institute of Kyiv
National Trade and Economic University,
Kharkov, Ukraine,
https://orcid.org/0000-0003-2797-6989

PECULARITIES OF THE CORPORATE EVENTS ORGANIZATION

Relevance. Corporate holidays perform a significant motivating function. The main means of motivation were and remain material wealth. But this is not enough; support is also needed for the spiritual values of the members of the employing company. **The purpose** of the article is the scientific justification of the methodology of the organization features of a corporate holiday by the example of the organization of the celebration of the company's anniversary in the GRK. **Research methods** combine the information systematization on the services' list for organizing a company's anniversary celebration in a gas distribution complex, comparing requirements for response measures, examining in more detail the material and technical base and personnel for the implementation of innovative services. **Results**. The influence of various factors and constituent components of the value-normative subgroup of the organizational culture of the company on the innovative services formation for organizing the celebration of the company's anniversary in the GRK has been investigated. The above factors and components influence on the main stages formation of the provision of innovative services for the organization of the celebration of the company's anniversary. A rational scenario of innovative services has been developed and the material and technical basis of the organization of the company's anniversary celebration in hotel facilities has been substantiated.

Keywords: company organizational culture, innovative service, company's anniversary, hotel establishments.