

УДК 005:338.46

JEL Classification: L80,L89,M19

DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2023-2.90.07>

Ольга Хитрова, к.е.н., доцент,

<https://orcid.org/0000-0003-2253-4356>

Галина Долга, к.е.н., доцент,

<https://orcid.org/0000-0003-2926-8505>

Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ВПРОВАДЖЕННЯ EVENT-МЕНЕДЖМЕНТУ В ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ

Анотація

Актуальність. Постановка проблеми. Організація заходів (англ. – event) стає щораз більш популярною в Україні серед великих підприємств та організацій. Необхідно забезпечити ефективність так, щоб досягти очікуваного результату. Якщо неправильно вибрати захід або погано організувати його, то можуть виникати проблеми, які пізніше вплинуть на конкурентоспроможність підприємства сфери послуг, тому ця тематика набирає актуальності в сучасному світі.

Мета дослідження полягає у поглибленні теоретичних та практичних знань щодо структурування інформації сутності поняття «івент», класифікації подій, цілей і завдань подієвих заходів та впровадженні event у діяльність підприємств сфери послуг. **Методологія.** У процесі виконання дослідження використано загальнонаукові теоретичні методи: аналіз і синтез – для поглибленого вивчення особливостей організації івент-заходів, методи групування і систематизування – для узагальнення підходів до трактування понять «менеджмент», «івент», «івент-менеджмент», метод аналізу ієрархій – для удосконалення ієрархії ролей івент-менеджменту в організаційній структурі управління.

Результати. У статті проведено SWOT-аналіз для визначення сильних і слабких сторін event-менеджменту в Україні, виділено характеристики event та визначено його можливості у діяльності підприємств сфери послуг, окрім цього, окреслено особливості організації івент-заходів. **Практичне значення.** Запропоновано методичний підхід до підвищення ефективності впровадження event-менеджменту на підприємствах сфери послуг, що включає алгоритм реалізації заходу. **Перспективи подальших досліджень** полягають у вивченні механізму забезпечення та підтримки

впровадження event-менеджменту, що дозволить в рази збільшити продажі і підняти рейтинг підприємства, а це, у свою чергу, є безсумнівним плюсом для готельно-ресторанного бізнесу, що прагне до розвитку та інноваційних змін.

Ключові слова: event, event-менеджмент, подія, захід, сфера гостинності, готельно-ресторанна індустрія, event-послуги, event-агенція, організатори, сфера послуг.

Кількість джерел: 6; кількість таблиць: 2; кількість рисунків: 3.

Olha Khytrova, Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor,
<https://orcid.org/0000-0003-2253-4356>

Halyna Dolha, Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor,
<https://orcid.org/0000-0003-2926-8505>

Chernivtsi Institute of Trade and Economics of SUTE, Chernivtsi

IMPLEMENTATION OF EVENT MANAGEMENT IN THE ACTIVITY OF SERVICE ENTERPRISES

Summary

The article is devoted to the definition of one of the main directions of development - event. It is necessary to study the event - market and management in Ukraine, to determine the stages of preparation and directions of implementation, as well as to determine the prospects for further development of the event in the activities of service enterprises in Ukraine. So, event management has great development prospects in Ukraine. It allows a person to share experiences, emotions and get the maximum benefit in within the framework of management in the field of hotel and restaurant industry. It is a reliable mechanism by which enterprises are able to multiply, and an institution - to achieve its goal. Implementation of event management will allow increasing sales and raising the rating of the enterprise, which is beyond doubt a plus for a hotel and restaurant establishment striving for development and innovative changes.

The authors conducted a SWOT analysis to determine the strengths and weaknesses of event management in Ukraine. The characteristics of the event were highlighted and its opportunities in the activity of enterprises in the service sector were identified. Besides it, the peculiarities of the event-management were outlined. A methodical approach to increase the effectiveness of implementing event management at enterprises in the service sector is proposed, which includes an algorithm for the implementation of the event.

Keywords: event, event management, hospitality industry, hotel and restaurant industry, event services, event agency, organizers, service industry.

Number of sources – 6; number of tables – 2; number of drawings – 3.

Постановка проблеми. Щороку на території України з'являється щораз більше закладів сфери послуг, зокрема підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Незважаючи на нестабільну економічну ситуацію в країні, пов'язану з повномасштабним вторгненням країни агресора на територію України та поширенням пандемії COVID-19 заклади сфери послуг користуються великим попитом. Але в контексті конкуренції, яка закріплюється в готельно-ресторанному секторі, постає питання відходу від традиційних методів обслуговування, розважальних заходів та очікуваного контингенту споживачів. Тому підприємства готельно-ресторанного бізнесу вимушені впроваджувати найновітніші технології, методи та методики як на рівні управління закладом, так і на рівні обслуговування. Однією із таких інноваційних методик залучення клієнтів є event-менеджмент.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питанням впровадження event-менеджменту займалися такі вчені: В. Баранчєєв, Ю. А. Бичун, А. В. Костін, Т.Е. Лохина, Дж. Нева, П. Нортон, Е. Патрушева, Б. Перрі, Н. М. Пономарьова, Е. В. Попов, А. Н. Романцов, Дж. Там, Г. Л. Тульчинский, П.А. Шагайда, А. Шон. Під цим поняттям провідні науковці пропонують розглядати одну з галузей сфери послуг, яка на сучасному етапі розвитку системи управління зростає шаленими темпами у всьому світі. Проте винесені на обговорення питання є недостатньо вивченими, у зв'язку із чим потребують додаткових наукових досліджень. Водночас загрозливі тенденції, які сьогодні склалися в системі управління, свідчать про недостатню результативність менеджменту, що вимагає здійснення подальших наукових розвідок.

Формулювання цілей. Метою цієї статті є обґрунтування науково-прикладних засад event-менеджменту. Для досягнення поставленої мети нам потрібно виконати такі завдання: зрозуміти сутність event-менеджменту; провести SWOT-аналіз, окреслити переваги та можливості, недоліки та загрози; визначити

перспективу використання event-менеджменту у сфері послуг; розкрити практичне використання та застосування event-менеджменту у сфері послуг.

Виклад основного матеріалу дослідження. Event-менеджмент – напрям маркетингової діяльності підприємств в різних сферах бізнесу, що активно розвивається. Досить часто заходи, що регулярно проводяться кампанією, набувають традиційності, популярності, порівнюються з рекламними інструментами і можуть мати домінуючий характер в маркетинговій політиці підприємства.

Event-захід – багатопланове поняття. Він може бути включений в структуру діяльності підприємства не лише як інструмент для просування бренду, але і як інструмент комунікації, який орієнтований на сферу емоційних переживань і забезпечує підвищену сприйнятливості аудиторії [1].

Івент (від англ. event – подія) – розважальна або рекламна вистава, що відбувається на відповідній сцені, спортивній арені, спеціальних залах, презентаційних майданчиках, конференц-приміщеннях та інших локаціях і є запланованою соціально-суспільною подією (заходом). Івент проводиться у певний час з визначеною метою і завданням, покликаний створити позитивний резонанс для суспільства. Захід, який перетворився у справжню подію, сприяє тривалому збереженню ефекту впливу – як емоційного для кожного учасника, так і ринкового для торгової марки, бренду, компанії тощо. У разі неправильного вибору заходу чи поганой організації можуть виникнути непередбачені обставини, які своєю чергою негативно вплинуть на імідж бренду й неправильно його представлять потенційним споживачам [2, с. 27].

Event-менеджмент можна розділити на кілька напрямів: організація корпоративних заходів, спрямованих на зміцнення командного духу, і великі масові акції, що створюють інформаційні приводи. Усі event-заходи можна розділити на 4 групи у

відповідному відсотковому співвідношенні до кількості проведених заходів різних напрямів [4, с. 5] (рис. 1).



Рис. 1. Частки всіх типів світових event-заходів

*Джерело: розроблено автором самостійно на основі [4].

Event-менеджмент в Україні – це новий напрям розвитку, який має свої переваги та можливості, недоліки та загрози (табл. 1). В Україні event-послуги почали розвиватись з 2005 р. Під час періоду становлення відбулись великі зміни, зокрема: покращилась якість послуг; збільшився спектр послуг; застосована гнучка цінова політика тощо.

Таблиця 1

SWOT-аналіз event-менеджменту в Україні

<p style="text-align: center;">Переваги:</p> <ul style="list-style-type: none"> • має тривалий ефект; • креативність; • новий шлях взаємодії з клієнтами; • мала кількість конкурентів. 	<p style="text-align: center;">Недоліки:</p> <ul style="list-style-type: none"> • недостатня кількість знань; • неготовність українських клієнтів до креативних рішень; • відсутність на ринку майданчику для комунікації агентств.
<p style="text-align: center;">Можливості:</p> <ul style="list-style-type: none"> • максимальна залученість клієнтів; • сучасні заходи для комунікацій; • швидкий розвиток; • підвищення кваліфікації працівників. 	<p style="text-align: center;">Загрози:</p> <ul style="list-style-type: none"> • непрофесіоналізм; • зниження інтересу клієнтів; • неефективна реклама.

Олександр Шумович, директор компанії Eventum, член міжнародної асоціації ISES, член AmСnam, розглядає класифікацію заходів event-менеджменту за принципом поставлених компанією цілей і отриманого результату (табл. 2) [3, с. 94].

Таблиця 2

**Класифікація заходів в event-менеджменті
за підходом О. Шумовича**

<i>Вид заходу</i>	<i>Результат для учасників</i>	<i>Результат для організаторів</i>
<i>Для ЗМІ Пресконференції Престури</i>	Отримання актуальної та достовірної інформації з перших рук	Залучення уваги преси Публікації Позиціонування компанії Антикризові дії
<i>Візні заходи Презентації Заходи із стимулювання збуту</i>	Отримання інформації про новинки Отримання особливих умов для придбання товарів/послуг	Збільшення обсягів продажів Збільшення лояльності клієнтів Залучення нових клієнтів
<i>Розважальні Корпоративні свята Внутрішньо-корпоративні свята для розвитку командного духу</i>	Розваги Спілкування Зміцнення колективу	Підвищення лояльності працівників Залучення уваги преси
<i>Святкові Банкети, фуршети Ювілеї Прийом гостей</i>	Формування традицій Спілкування Підтримка статусу	Підвищення власного статусу
<i>Благодійні Благодійні обіди Концерти Акції по збору коштів</i>	Можливість допомоги нужденним Спілкування	Демонстрація соціальної відповідальності Залучення уваги преси
<i>Масові Міські свята Фестивали Виставки Концерти</i>	Розваги Спілкування	Залучення спонсорів Підтримання культури Демонстрація соціальної відповідальності
<i>Спортивні Спортивні змагання</i>	Визнання досягнень Розваги	Масова непряма реклама Залучення туристів Демонстрація соціальної відповідальності

Event-менеджмент сильно пов'язаний із туризмом, їх зв'язок наведений на рис. 2 [2].

На сьогодні event-менеджмент є одним з найбільшим дієвим способом просування підприємств сфери послуг, за допомогою

якого можна просувати власні бренди. Ринок event-послуг України функціонує в більшості за рахунок event-агенцій. Їх існує два типи: посередники-організатори і підрядники-організатори [4].



Рис. 2. Взаємозв'язок туризму з event-менеджментом

*Джерело: розроблено автором самостійно на основі [2].

Підрядники-організатори – це ті event-агенції, котрі мають у своєму арсеналі все необхідне для повного обслуговування заходу. Здебільшого, це дуже потужні компанії, в підрозділах яких є окремі напрями «кейтеринг», «декор», «шоу» та ін. До таких компаній належать:

- універсальні – «GB Event by Kvartal 95», «Шалений Event», «Норосно Event Group»;
- корпоративні заходи – «SmartEvents», «Questoria»;
- тимблдинг та командоутворення – «TeamMaster»;
- приватні заходи та весілля – «Love Agency», «Bright Events», «Make my day», «MUZA Wedding», «Wedding Empire» та ін [4].

За даними Hospitality Industry Forum [5], усі події при правильній організації та якісному проведенні здатні створити досить високий ефект у просуванні компанії, її продукції та брендів. Так:

- 98% людей, які відвідали захід, згодом рекомендують цей продукт іншим. Причому більша частина з них передає інформацію чотирьом і більше знайомим;

- 78% гостей розповідають про захід своїм друзям і сім'ям, 90% з них роблять це протягом двох днів після події;
- 69% тих, хто ділиться враженнями, згадують спонсорів і партнерів заходу;
- крім того, позитивні враження від заходу 85% гостей стосуються бренду або, в конкретному випадку, саме підприємства [5].

Для того, щоб event був максимально результативним, важливими є етапи підготовки, спочатку треба сформулювати завдання і цілі. Також важливим є етап стратегічного планування – це аналіз цільової аудиторії, формату заходу, теми та вибір дати проведення. А найважливішим етапом є пошук спонсорів та партнерів і формування бюджету. Основною причиною, за якої event є ефективним у готельно-ресторанному бізнесі, є вартість оренди майданчика і послуг харчування. Надаючи обидві ці послуги, готель організовує захід за собівартістю.

Просування event-менеджменту є одним з найважливіших процесів інноваційного розвитку та життєдіяльності готелю. Готель повинен весь час пропонувати себе. Event-індустрія – це великий внесок у розвиток готелю, підвищення його популярності серед мешканців країни, міста і туристів, а також запорука успішного просування готелю як event-платформи.

Ринок готелів з впровадженням event-технологій в Україні має величезний потенціал, тому що він ще далекий від насичення. На ринку існує декілька готелів, що надають послуги event-менеджменту або мають в структурі управління певні його елементи. Серед них: п'ятизірковий готель в центрі столиці – «Fairmont Grand Hotel Kyiv», п'ятизірковий заміський клуб «Grand Admiral Resort & SPA» (м. Ірпінь, Київська обл.), заміський готельно-ресторанний комплекс «Sobi Club» (с. Хотянівка, Київська обл.), заміський комплекс «Трипільське Сонце» (с. Підгірці, Київська обл.), заміський готельно-ресторанний

комплекс «Vernoly Relax Park» (с. Соснівка, Полтавська обл.) та інші. Кожен з цих закладів пропонує певні умови проведення заходів, безліч пропозицій та додаткових послуг, що стосуються того чи іншого формату заходу. Проте, поєднавши свої сильні сторони, багато з них можуть створити новий формат підприємства, який мав би окремий підрозділ з впровадження event-менеджменту [4, с. 9]. Впровадження event поділено на декілька етапів [6] (рис. 3).



Рис. 3. Схема етапів впровадження event

*Джерело: розроблено автором самостійно на основі [6].

1. Юридична документація та правова діяльність включає: перегляд договірних зобов'язань з підрядниками з урахуванням включення туди пунктів про штрафні санкції і посередницькі відносини; розгляд можливості відмови від заходів на умовах «передплати» або пошук правових і юридичних санкцій на попередження несумлінності Замовника; вироблення комплексу шаблонних договірних угод для оперативного розв'язання дрібних координаційних питань; докладне опрацювання пункту про «форс-мажорні» обставин і дії сторін у разі настання таких обставин.

2. Професійні ресурси включають: збільшення кількості штатних співробітників; створення бази найманих event-менеджерів, які працюють за умовами фрілансу, та підрядників; забезпечення можливості підвищення кваліфікації менеджерського складу в event-установах; організацію курсів для початківців event-менеджерів і аніматорів на перспективу розширення кадрів.

3. Фінансова діяльність передбачає: створення системи постійного контролю за рухом грошових коштів; збільшення чистого прибутку від заходу шляхом мінімізації витрат.

4. Дизайн-стиль включає: розробку єдиного фірмового дизайну стилю event-відділу та зовнішнього вигляду співробітників відповідно до стилю івенту; опрацювання системи відмітних знаків ранжирування персоналу.

5. Технічне оснащення передбачає: придбання власного медіа-обладнання, достатнього для проведення масштабних заходів; закупівлю системи внутрішнього зв'язку (рації) для полегшення комунікації співробітників на заході.

6. Просування і розвиток передбачають: створення відділу, специфіка діяльності якого – букінг артистів і різних шоу-проектів [6].

Особливо активно більшість підприємств сфери послуг застосовує інструменти event-менеджменту, що дозволяє виробнику здійснити своєрідне інтегрування ATL- та BTL-технологій просування, завдяки чому відбувається вплив одночасно кількох комунікаційних каналів на споживачів [7, с.56]. Висока креативність та гнучкість заходів забезпечує розробку нестандартних програм просування за рахунок оригінальних способів побудови взаємин із споживачами готельних і ресторанних послуг. Заходи event-менеджменту допомагають закладам сфери послуг забезпечити взаємодію з широким загалом, формують інформаційний інтерес та гарну репутацію, сприяючи при цьому досягненню наступних цілей: зростання інтересу споживачів до конкретного закладу та підвищення його впізнаваності; стимулювання збільшення послуг у місцях проведення заходів подієвого менеджменту; формування позитивного іміджу підприємства і зміцнення іміджу його бренду; привернення уваги до діяльності підприємства представників ЗМІ [8]. У зв'язку з цим заходи дозволяють реалізувати наступне: збільшити рівень продажу та кількість споживачів послуг підприємств сфери послуг, сформуванню позитивне ставлення,

підвищити поінформованість споживачів, стимулювати перші/повторні купівлі послуг підприємства та інтерес до виробника. Проведення заходів закладами сфери послуг включає кілька етапів, поданих на рис. 4 [9].



Рис. 4. Етапи проведення заходів закладами сфери послуг

*Джерело: розроблено автором самостійно.

Якщо захід було організовано правильно, визначено цілі та завдання проєкту, виділено групу покупців, зіставлені всі позитивні риси та переваги послуги, а обрана подія наповнює емоціями бренд закладу напою та викликає певні позитивні

асоціації у потенційного споживача, то ефективність від проведення цього заходу виявляється максимально високою та вона переходить у категорію щорічних event-проектів. При цьому кожен захід, незалежно від мети, тематики та місця його проведення, а також кількості та категорії учасників, є особливим [10].

Висновки з даного дослідження. Event-менеджмент є інноваційним інструментом у досягненні ключових завдань закладів сфери послуг на всіх етапах його функціонування. У зв'язку з цим варто підкреслити важливість управління подіями у формуванні корпоративної культури, культури знань, позитивного іміджу підприємств готельного та ресторанного бізнесу з метою отримання нових конкурентних переваг в умовах мінливого ринкового середовища.

Ефективний event-менеджмент є перспективною для України сферою діяльності. У цьому контексті пропонуємо низку скоординованих заходів щодо ефективного розвитку event-менеджменту, а саме: розробка програм «Event-проектів», що дасть змогу впровадити нові технічні і технологічні рішення; взаємодія між секторами забезпечення event приміщенням, обладнанням, обслуговуючим персоналом, рекламною підтримкою, безпечними умовами для учасників і гостей; інтегрування сфер public relations та відповідальності event; імідж event-менеджера як професіонала, впевненої в собі людини.

Перспективи подальших досліджень полягають у вивченні механізму забезпечення та підтримки впровадження event-менеджменту, що дозволить в разі збільшити продажі і підняти рейтинг підприємства, а це, у свою чергу, є безсумнівним плюсом для готельно-ресторанного бізнесу, що прагне до розвитку та інноваційних змін.

Список використаних джерел:

1. Ткаченко Т., Дупляк Т., Забалдіна Ю. Івент-індустрія та туризм у світовій економіці. 2020. *Вісник РНТЕУ*. 2020. № 4. С. 55-63.

2. Хитрова О. А., Харитоновна Ю. Ю. Стан і тенденції розвитку івент - менеджменту в Україні. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент. зб. наук. пр.* 2018. Вип. 30. С. 27-31
3. Шумович А. М. Event-менеджмент : підручник. Харків : Інфра, 2021. 267 с.
4. Новікова В. В., Бондар Н. П. Впровадження event-менеджменту в діяльність підприємства готельно-ресторанного господарства. URL: <https://www.sworld.com.ua/konferge10/37.pdf> (дата звернення: 02.05.2023).
5. Meeting Point Group. URL: <http://www.meetingpoint.ua/company> (дата звернення: 02.05.2023).
6. Напалкова А. А. Менеджментові дослідження на ринку event-послуг. *Event-менеджмент.* 2014. № 3. С. 210-226.
7. Повалій Т. Л. Івент-менеджмент : навчальний посібник. Суми : Сумський державний університет, 2021. 198 с.
8. Корпоративна соціальна відповідальність. URL: http://stud.com.ua/39622/menedzhment/korporativna_sotsialna_vidpovidaln_ist (дата звернення: 02.05.2023).
9. Event Academy. What is Event Management? 2021. URL: <https://eventacademy.com/news/what-isevent-management> (дата звернення: 02.05.2023).
10. Smith W. Professional Meeting Management: Comprehensive Strategies for Meetings, Conventions and Events (5th edition). *International Journal of Contemporary Hospitality Management.* 2018. Vol. 20. No.2. Pp. 237-238.

References:

1. Tkachenko, T., Dypliak, T., Zabaldina, Yu. (2020). Event-indiction and typism and life economy. 2020. *Visnyk RNTEU [Bulletin of RNTEU]*, no. 4, pp. 55-63 (in Ukr.).
2. Khitrova, O.A., Kharitonova, Yu.Yu. (2018). State and trends of development of event management in Ukraine. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Serii: Ekonomika i menedzhment. zb. nauk. pr. [Scientific Bulletin of the International Humanitarian University. Series: Economics and management. coll. of science pr.]*, no. 30, pp. 27-31 (in Ukr.).
3. Shumovich, A.M. (2021). *Event-menedzhment [Event management]*. Infra, Kharkiv (in Ukr.).
4. Novikova, V.V., Bondar, N.P. Implementation of event management in the activity of a hotel and restaurant enterprise. Available at: <https://www.sworld.com.ua/konferge10/37.pdf> (Accessed 02.05.2023) (in Ukr.).
5. Meeting Point Group. Available at: <http://www.meetingpoint.ua/company> (дата звернення 02.05.2023).
6. Napalkova, A.A. (2014). Management research on the market of event services. *Event-menedzhment [Event management]*, no. 3, pp. 210-226 (in Ukr.).
7. Povaliy, T.L. (2021). *Ivent-menedzhment [Event management]*. Sumy State University, Sumy, 198 p. (in Ukr.).
8. Corporate social responsibility. Available at: http://stud.com.ua/39622/menedzhment/korporativna_sotsialna_vidpovidaln_ist (Accessed 02.05.2023) (in Ukr.).
9. Event Academy (2021). What is Event Management? Available at: <https://eventacademy.com/news/what-isevent-management> (Accessed 02.05.2023).
10. Smith, W. (2018). Professional Meeting Management: Comprehensive Strategies for Meetings, Conventions and Events (5th edition). *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, vol. 20, no.2, pp. 237-238.