

**Хитрова О.А.,**  
к.е.н, старший викладач  
кафедри менеджменту і туризму,  
Чернівецький торговельно-економічний інститут  
Київського національного торговельно-економічного університету

**Харитонова Ю.Ю.,**  
студентка,  
Чернівецький торговельно-економічний інститут  
Київського національного торговельно-економічного університету

## СТАН І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ В УКРАЇНІ

**Анотація.** У статті розглянуто такі поняття, як «івент-туризм» та «івент-менеджмент» і взаємозв'язок між ними; наведено класифікацію сучасних івент-заходів і процес підготовки до їх проведення; розглянуто типову організаційну структуру відділу івент-менеджменту компанії. Проаналізовано стан івент-менеджменту в Україні і висвітлено основні проблеми його розвитку. Досліджено стан івент-ринку та івент-менеджменту в Україні на прикладі Чернівецької області. Проаналізовано етапи підготовки до фольклорно-етнографічного фестивалю «Маланка-фест», який щороку проводиться у місті Чернівці. Окреслено перспективи та шляхи подальшого розвитку івент-менеджменту в Україні.

**Ключові слова:** туризм, івент-менеджмент, управління івент-заходами, ефективність, розвиток, перспективи.

**Постановка проблеми.** Сьогодні туризм і подорожі вважаються одними з першочергових потреб людини. За даними Всесвітньої туристичної організації, туристична галузь продовжує утримувати передові позиції серед галузей світового господарського комплексу за обсягом експорту товарів і послуг. Туризм є фундаментальною основою економічного розвитку багатьох розвинутих країн світу і країн, що розвиваються.

Особливого значення в умовах безперервного розвитку туристичної галузі набув івент-туризм, або подієвий туризм, основною метою якого є відвідування різноманітних соціально-супільних подій чи заходів. З огляду на це, виникає необхідність в організації та ефективному управлінні такими заходами. Ці завдання лежать в основі здійснення івент-ме-

неджменту, який набуває дедалі більшого розвитку через своє позиціонування як комерційно значимого явища, яке стимулює підприємницьку комунікацію й активізує цільові групи.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженням питань, пов'язаних із розвитком та здійсненням івент-менеджменту, займалися такі вітчизняні та зарубіжні науковці, як: Н.М. Пономарьова, Г.Л. Тульчинский, А.Н. Романцов, П.А. Шагайда, Ю.А. Бичун, Т.Е. Лохина, А.В. Костін, Е.В. Попов, Е. Патрушева, В. Баранчєєв, А. Шон, Б. Перрі, Дж. Там, П. Нортона, Дж. Нева та ін. Однак дані питання недостатньо вивчені, у зв'язку з чим потребують додаткових наукових досліджень.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Оскільки організація івент-заходів в Україні стає все більш популярною серед великих компаній, необхідно забезпечити ефективність їх проведення для досягнення очікуваного результату. У разі неправильного вибору заходу чи поганої організації можуть виникнути непередбачувані обставини, які, своєю чергою, негативно вплинуть на імідж бренду і неправильно його представлять потенційним споживачам. З огляду на це, необхідно дослідити український івент-ринку та івент-менеджмент, визначити основні етапи підготовки до проведення тієї чи іншої події, проаналізувати основні перешкоди на шляху до ефективного управління визначною подією та розглянути перспективи подальшого розвитку івент-менеджменту в Україні.

**Мета статті** полягає в аналізі стану і тенденцій розвитку івент-менеджменту в Україні.

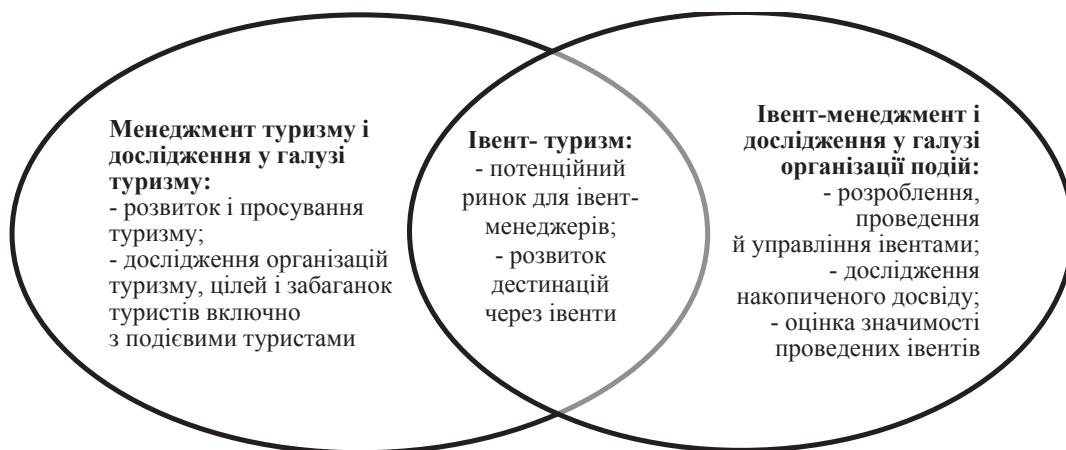


Рис. 1. Взаємозв'язок туризму та івент-менеджменту

**Виклад основного матеріалу дослідження.** На сучасному етапі туризм існує в трьох виразах: як галузь, як бізнес й як фізіологічна та психічна потреба людей. Сьогодні туризм – це єдина система, яка є основним підґрунтям розвитку туристичної індустрії, яка робить великий внесок у національну економіку країн, їх соціальний і культурний розвиток. Окрім того, туризм чинить певний політичний вплив на міжнародні відносини [11, с. 51].

Необхідно зауважити, що протягом ХХ ст. відбулося виокремлення такого напрямку, як івент-туризм, в основу якого покладено заплановані події. Оскільки всі заплановані події проводяться з певною метою та є сферою діяльності окремої особи чи громади, виникає необхідність у застосуванні такої категорії, як управління (менеджмент) виконання подій (івенти) [1, с. 32].

У сучасних умовах івент-менеджмент став предметом вивчення та підґрунтям застосування практичних навичок та вмій, що спрямовані на розроблення, виробництво та управління запланованими подіями, змістовними фестивалями, святкуваннями, розважальними заходами, рекреативними подіями, політичними, державними, науковими та театральними подіями. До цього переліку можна також додати події місцеві, окремі ділові чи корпоративні події, а також події приватного характеру, включаючи різного роду вечірки, одруження та соціальні події певних родинних груп. Виходячи із цього, івент-менеджмент – це повний комплекс заходів щодо створення корпоративних та масових подій [5, с. 113].

Оскільки івент-менеджмент є невід’ємним складником туризму, необхідно детальніше розглянути їх взаємозв’язок, який наведений на рис. 1.

З рис. 1 можна зробити висновок, що туризм та івент-менеджмент тісно пов’язані між собою і їх безпосереднє зіткнення відбувається під час організації масових спеціальних заходів, до яких залучається велика кількість учасників для розвитку туристичних дестинацій.

Що стосується України, то ринок івент-послуг почав активно розвиватися з 2005 р. За період свого становлення він суттєво змінився не лише кількісно, а й якісно: підвищилася якість послуг, що надавалися; розширився спектр послуг;

почала застосовуватися гнучка цінова політика компаній; стали доступними ціни більшості з них. Однак слід зауважити, що існують і деякі проблеми, які гальмують розвиток івент-менеджменту та івент-ринку України загалом (рис. 2).



Рис. 2. Проблеми івент-менеджменту в Україні [8]

Отже, на рис. 2 бачимо основні проблеми, які перешкоджають розвитку українського івент-менеджменту і тим самим не дають змоги проводити масові культурні події на високому рівні.

Сьогодні на українському ринку працює понад 500 івент-компаній, кожна з яких проводить близько 30 заходів на рік. Загальний обсяг українського ринку, що використовує івент-менеджмент, становить близько 20 млн. доларів (до кризи – 30 млн. доларів). Ріст конкуренції в активний період фінансової кризи також спровокував українські компанії, що спеціалізуються на організації свят, до певного позиціонування себе на ринку, а саме до росту спеціалізації, чого раніше не спостерігалось. Підвищилася у діяльності профільних підприємств і роль Інтернету, медіа-каналів, таких як блоги, форуми, соціальні мережі і різні Інтернет-співтовариства. Усе це є свідченням того, що організація спеціальних заходів нині є невід’ємним складником управління іміджем, який необхідний не тільки для компаній чи фірм, а й для країни у цілому [3, с. 89].

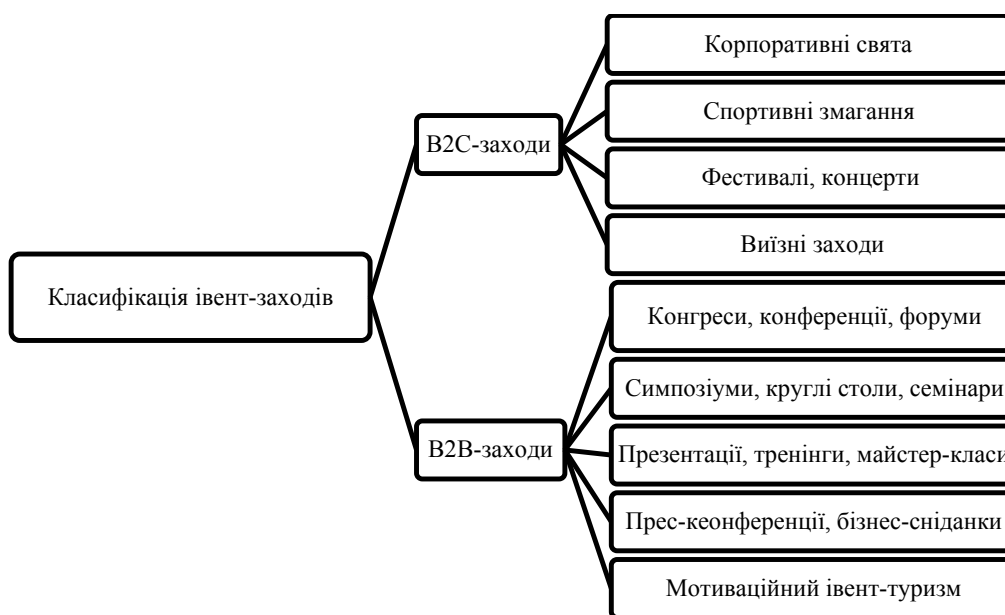


Рис. 3. Класифікація сучасних івент-заходів



Рис. 4. Типова організаційна структура відділу івент-менеджменту компанії [2]

Для детального аналізу івент-менеджменту України необхідно розглянути класифікацію івентів, яка передбачає їх поділ на дві основні категорії: B2C – усі заходи, які розраховані на масову цільову аудиторію (масового споживача) і B2B – заходи, що мають діловий характер (рис. 3).

З рис. 3 бачимо, що існує велика кількість різноманітних івент-заходів, які, відповідно, потребують ретельної підготовки та деталізованого плану щодо їх проведення, тому на допомогу приходить івент-менеджмент.

Процес підготовки до будь-якого івенту включає такі основні етапи:

- 1) розроблення концепції event (теми та ідеї);
- 2) постановка цілей і завдань event;
- 3) координація співробітників і ресурсів на підготовку;
- 4) моніторинг бюджетів і дедлайнів;
- 5) проведення заходу;
- 6) follow-up – аналіз результатів event [9].

Важливим складником удалого проведення того чи іншого заходу є професійна команда, тому розглянемо основних підридників, які задіяні в процесі івент-менеджменту (рис. 4).

На рис. 4 зображена організаційна структура, яка, на нашу думку, є найбільш оптимальною для проведення масштабних заходів. За такою схемою розподілення обов'язків перед кожною ланкою будуть поставлені конкретні завдання, виконання та дотримання яких сприятиме результативному проведенню важливого заходу чи події.

Сьогодні події стали основним елементом розвитку туризму в багатьох містах, регіонах та навіть країнах, у тому числі й Україні. Багато міст нашої країни активно й успішно активізують свій туристичний потенціал за допомогою проведення подієвих заходів. Серед найпопулярніших в Україні event-заходів: «Юморина» в Одесі; Джазовий фестиваль у Коктебелі; «Таврійські ігри» у Новій Каховці; етнофестиваль «Арт Поле», «Печенізьке поле» на Харківщині, Сорочинський ярмарок на Полтавщині; Всеукраїнський фестиваль популярної і рок музики «Тарас Бульба» в м. Дубно; «Чорноморські ігри» на Херсонщині; дні міст України; «Червона рута» (Чернівці); Всеукраїнський молодіжний фестиваль «Перлини сезону»; Міжнародний гуцульський фестиваль; «Київ Музик Фест» (Київ); «Тера Героїка» (Кам'янець-Подільський); «Середньовічний Хотин» (Хотин, Чернівецька область); футбольні ігри української збірної і клубів, Ліга чемпіонів, Кубок УЄФА та ін.; концерти зарубіжних і вітчизняних зірок; сучасне мистецтво в Україні від Pinchukartcentre; міжнародні та всеукраїнські виставки та ін. [7, с. 284].

Останнім часом особливого поширення і популярності в Україні набули фестивалі, тому розглянемо специфіку їх організації та проведення на прикладі Чернівецької області.

Передусім необхідно зазначити, що фестивалі в Чернівцях вражають своєю різноманітністю. Тут проводять музичні, поетичні, кулінарні, спортивні розважальні заходи. Буковинські фестивалі завжди проходять веселе, цікаво, а головне – організовані на високому рівні завдяки продуманому івент-менеджменту.

Найбільш популярними фестивалями Чернівців та області вважаються «Маланка-фест», «Обнова-фест», «Буковинські зустрічі», Meridian Czernowitz, «Середньовічний Хотин» та ін.

На рис. 5 зображено кількість фестивалів, які щороку відбуваються у Чернівцях, та графік їх проведення.

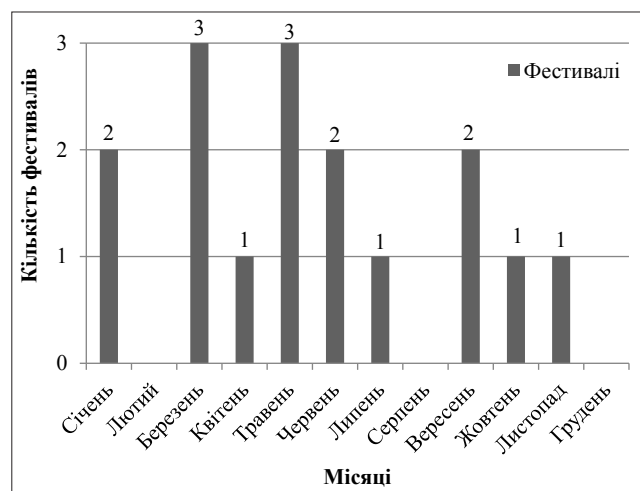


Рис. 5. Кількість фестивалів у Чернівецькій області за місяцями [6]

На рис. 5 видно, що найпопулярнішими місяцями для проведення фестивалів вважаються березень та травень. Саме у цей час є можливість відвідати: регіональний фестиваль молдавської та румунської культури «Мерцішор», міжнародний дитячий фестиваль «Пісенне джерело», міжрегіональний пісенний фестиваль «Пісня буде поміж нас», Буковинський туристичний ярмарок, фестиваль хореографічного мистецтва «Буковинське коло» і «Середньовічний Хотин». Найменш привабливими місяцями для організації та проведення фестивалів є грудень, лютий і серпень.

З огляду на велику кількість фестивалів, які щороку проводяться на території Чернівців та області, розглянемо найбільш відвідувані з них, на думку 100 опитаних чернівчан (рис. 6).

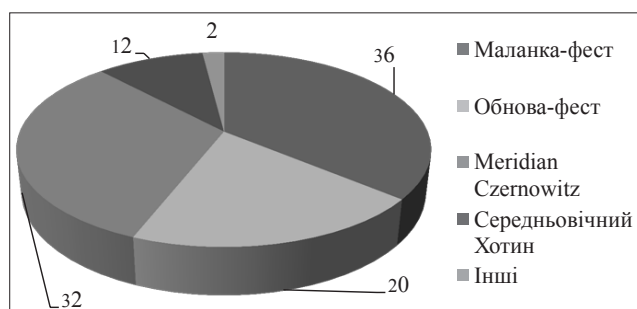


Рис. 6. Найбільш відвідувані фестивалі Чернівецької області, на думку 100 опитаних чернівчан

З діаграми бачимо, що більшість чернівчан віддає перевагу фестивалю «Маланка-фест», на другому місці – фестиваль «Обнова-фест», на третьому – Meridian Czernowitz, четверте місце за результатами опитування посів фестиваль «Середньовічний Хотин». Також, на думку двох зі ста опитаних людей, цікавими для відвідування є фестиваль тюльпанів у Мамаївцях і фестиваль «Червона Рута». Оскільки більшість чернівчан віддала перевагу фестивалю «Маланка-фест», то на його прикладі розглянемо значення та особливості застосування івент-менеджменту.

Отже, для успішного проведення фестивалю «Маланка-фест» необхідним було проходження таких етапів підготовки:

- по-перше, проводився аналіз ринку, тобто засновниця та організатор фестивалю «Маланка-фест» Оксана Лелюк дізнавалася про те, чи проводилися у Чернівцях подібні фестивалі, визначала ключові потреби, які повинен вирішити такого роду захід, а також його унікальність, основну мету і потреби. Крім того, організаторами були прописані всі можливі ризики. У результаті організатори дійшли висновку, що подібний фольклорно-етнографічний фестиваль не є широко поширеним в Україні, більше того, Чернівецька область є багатою на народні традиції, тому до такого івенту можна залучити багатьох учасників з області й навіть з інших областей. Була обгрунтована ціль проведення фестивалю – пропаганда і сприяння відродженню традиційних для Чернівецької області народних свят, пробудження живого інтересу до культурної і духовної спадщини і своєрідного неповторного колориту Буковини;

- по-друге, організаторами була визначена цільова аудиторія даної події. Фестиваль «Маланка-фест» орієнтований переважно на любителів народної творчості і людей, які є небайдужими до традицій своєї країни;

- по-третє, була сформована команда, яка повинна займатися підготовкою до заходу, а також відбувалися перемовини зі спонсорами, серед яких – компанії Villa Krim та DirectAuto, будівельні компанії «Водограй», «Чернівціжитлобуд», сім'ї ресторанів «Гойра груп», приватне підприємство «Техно ойл», а також клініка пластичної хірургії «Пласт арт», компанія «Мультимедіа», медичний центр «Базис Мед» та багато інших;

- по-четверте, для розповсюдження інформації про проведення фестивалю були задіяні інструменти маркетингу, серед яких – реклама на радіо, у мережі Інтернет, буклети, афіші тощо;

- по-п'яте, за підтримки громадської організації «Палітра Буковини», а також за сприяння Чернівецької міської ради і Чернівецької обласної державної адміністрації був складений бюджет проведення фестивалю «Маланка-фест», який став кінцевим пунктом у процесі підготовки до івенту [4].

Таким чином, проаналізувавши усі вищенаведені етапи в процесі планування й організації фольклорно-етнографічного

фестивалю «Маланка-фест», можна стверджувати, що проведення подібних заходів вимагає ґрунтовної підготовки, а саме ефективного менеджменту, тому що всі перераховані етапи є взаємопов'язаними і без професійного управління та контролю така масштабна подія, як фестиваль, приречена на невдачу. На прикладі «Маланка-фест» можна побачити правильність та ефективність застосування івент-менеджменту, який донині допомагає фестивалю утримувати лідируючі позиції щодо відвідуваності у Чернівцях та області.

Розглянувши розвиток івент-менеджменту на прикладі Чернівецької області, робимо висновок, що управління подіями сьогодні є важливим складником розвитку туризму. Проте український івент-менеджмент лише починає активно розвиватися і, на нашу думку, має величезні можливості і перспективи в подальшому.

**Висновки.** Отже, розглянувши стан українського івент-менеджменту, можна зробити висновок, що він знаходиться у процесі свого активного розвитку. Сьогодні його популярність пояснюється великою кількістю івентів, які проводяться на території України і вимагають ретельної підготовки та організації.

На прикладі Чернівецької області наведено алгоритм дій здійснення івентивного менеджменту в процесі підготовки до проведення фестивалю, а також проаналізовано й обгрунтовано необхідність здійснення ефективного івент-менеджменту для розвитку туристичної галузі і збільшення попиту на відвідуваність івентів. Отже, оцінивши стан івент-менеджменту в Україні, можна зробити висновок, що він знаходиться на стадії свого активного розвитку і з кожним днем стає все більш необхідним під час планування та здійснення масштабних подій. Для подальшого розвитку івент-менеджменту, на нашу думку, необхідно: створити умови для взаємопроникнення сфер відповідальності event та public relations; збільшити обсяг ринку за допомогою розширення спектра послуг, що пропонуються event-агентствами; ретельніше підходити до відбору професійних кадрів, оскільки відбувається збільшення вимог клієнтів до організації заходів, а непрофесіоналізм відбиває бажання клієнтів співпрацювати з тими чи іншими організаціями чи агентствами; сформулювати стандарти якості в галузі надання event-послуг.

#### Література:

1. Зеленська Л., Романова А. Івент-менеджмент: словник-довідник організатора заходів. К.: НАККІМ, 2015. 84 с.
2. Карлюк О.А., Сингаєвська А.О. Event-менеджмент в туристичній галузі: світовий досвід та перспективи для України. Актуальні проблеми, сучасний стан та перспективи розвитку індустрії туризму в Україні та Польщі: матеріали дев'ятої міжнародної науково-практичної конференції; за ред. І.В. Саух. Житомир: ЖФ КІБГТ, 2016. С. 39-42.
3. Романцов А.Н. Event-маркетинг: сущность и особенности организации: учебник. М.: Дашков и Ко, 2011. 116 с.
4. Фестиваль Маланок 2018. URL: <http://malankafest.com.ua/fest8/>.
5. Event-менеджмент: учебник / У. Хальцбаур, Є. Йеттінгер, Б. Кнаузе, Р. Мозер, М. Целлер. М.: Эксмо, 2006. 384 с.
6. Чернівецька обласна державна адміністрація. URL: <http://bukoda.gov.ua/page/festivali-konkursi-svyata-ta-premii>.
7. Шумович А. Великолепные мероприятия. Технологии и практика event management. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2007. 320 с.
8. Івент-індустрія в Україні: проблеми, перспективи, можливості. URL: <https://www.work.ua/articles/career/1245>.
9. Carter L. Event Planning. Author House, 2007. P. 3.
10. Shone A., Parry B. Successful event management: a practical handbook. Cengage Learning EMEA, 2004. P. 13.
11. Management of Event Operations / J. Tum, P. Norton, J. Nevan Wright. Elsevier Butterworth-Heinemann, 2006. 279 p.

**Хитрова О.А., Харитоновна Ю.Ю. Состояние и тенденции развития ивент-менеджмента в Украине**

**Аннотация.** В статье рассмотрены такие понятия, как «ивент-туризм» и «ивент-менеджмент» и взаимосвязь между ними; приведены классификация современных ивент-событий и процесс подготовки к их проведению; рассмотрена типичная организационная структура отдела ивент-менеджмента компании. Проанализировано состояние ивент-менеджмента в Украине и показаны основные проблемы его развития. Исследовано состояние ивент-рынка и ивент-менеджмента в Украине на примере Черновицкой области. Проанализированы этапы подготовки к фольклорно-этнографическому фестивалю «Маланка-фест», который ежегодно проводится в городе Черновцы. Очерчены перспективы и пути дальнейшего развития ивент-менеджмента в Украине.

**Ключевые слова:** туризм, ивент-менеджмент, управление ивент-событиями, эффективность, развитие, перспективы.

**Khytrova O.A., Kharytonova Y.Y. The state and trends in the development of event management in Ukraine**

**Summary.** This article reveals such concepts as «event tourism» and «event management» and interrelation between them; there is a classification of modern events and a process of preparation for their realization; there is examined a typical organizational structure of company event management. Besides, in this article there is analyzed the state of Ukrainian event management and there are shown the main problems of its development. Also, there is investigated the state of event market and event management of Ukraine on the example of Chernivtsi region. There are analyzed the stages of preparation for the folklore-ethnographic festival «Malanka-fest», which is annually held in the city of Chernivtsi. There are described the prospects and ways of further development of event management in Ukraine.

**Keywords:** tourism, event management, management of events, efficiency, development, prospects.