

## **КОНЦЕПТУАЛЬНА МОДЕЛЬ ПОБУДОВИ І ВИКОРИСТАННЯ ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ**

<http://doi.org/>

© Мисик В. М., 2020

**Сформовано та досліджено концептуальну модель побудови і використання івент-менеджменту в управлінні підприємством. Розкрито сутність складових елементів моделі, здійснено їх опис. Розроблена концептуальна модель побудови і використання івент-менеджменту в управлінні підприємством дає змогу суб'єктам івент-менеджменту та керівникам підприємств ідентифікувати необхідне ресурсне забезпечення, цілі, інструментарій, політику, правила, процедури, індикатори, критерії тощо для ефективнішої реалізації івент-заходів.**

**Ключові слова:** івент-менеджмент; івент; менеджмент; івент-планування; діловий туризм.

### **Постановка проблеми**

У сучасних умовах розвитку бізнесу вплив івент-менеджменту на управління підприємством постійно зростає і вже не є зовсім новим напрямом наукового дослідження. Чимало підприємств використовують івент-менеджмент з метою утримання та зміцнення своїх позицій на ринку, просування брэнда та як ефективний інструмент маркетингових комунікацій. В Україні івент-індустрія та івент-менеджмент перебувають на початковому рівні розвитку з істотним відставанням від багатьох розвиненіших країн світу. Проте це не заперечує факту зростання попиту на івент-послуги на внутрішньому ринку країни, а також підвищення важливості становлення івент-менеджменту на вітчизняних підприємствах.

Важливою передумовою розвитку івент-менеджменту на підприємствах є комплексне розуміння усіх його складових, поєднаних в єдиній концептуальній моделі. Водночас, як свідчить вивчення теорії та практики, наукові напрацювання у цьому контексті лише фрагментарні. Це ускладнює і структурування системи івент-менеджменту на підприємстві, і пошук шляхів її подальшого розвитку.

### **Аналіз останніх досліджень та публікацій**

Досліджувало івент-менеджмент та його функціонування чимало вітчизняних та іноземних науковців. Найвідоміші праці належать вітчизняним дослідникам Н. М. Пономарьовій, А. Романцову, Г. Тульчинському, П. Шагайді, Е. Попову, А. Костіну, Е. Патрушевій та іншим визнаним науковцям. Проблеми функціонування та розвитку івент-менеджменту розглядали у численних наукових працях й іноземні вчені, такі як Гетз, Мейер, Сміт, Лампель, Нігам та Оказіо, Ананд, Гідденс, Джонс та Моеран. Багато й інших іноземних науковців у сфері економіки, бізнесу, адміністрування та менеджменту, серед яких, зокрема, К. Деррік, В. Андерсон та ін., робили спроби розглянути вплив івент-менеджменту на діяльність підприємств та охарактеризувати його окремі елементи. Попри те, відсутня комплексна концептуальна модель побудови і використання івент-менеджменту в управлінні підприємством, яка дала б змогу розкрити його структуру та глибинну сутність.

### **Постановка цілей дослідження**

Мета дослідження – сформулювати концептуальну модель побудови і використання івент-менеджменту в управлінні підприємством. Для досягнення поставленої мети сформульовано такі

наукові завдання: виокремити ключові структурні елементи такої моделі, а також розкрити їхню сутність та функціональні властивості. Для вирішення поставлених завдань використано методи аналізу, синтезу, порівняння, узагальнення, групування, узагальнення та аналогії.

### **Виклад основного матеріалу дослідження**

Івент-менеджмент – складна ієрархічна система управління різними діловими і соціальними заходами в діяльності суб'єктів господарювання. Очевидно, що дієвість івент-менеджменту багато в чому залежить від його інтеграції в систему менеджменту підприємства загалом. В аналізованому контексті доцільно зауважити, що ділові та тимблдингові заходи в організації можуть реалізуватись і без чітко сформованої системи івент-менеджменту, водночас така сформованість дає суб'єктам господарювання чимало переваг та сприяє кращій інтеграції івент-менеджменту в систему управління організацією (див. рисунок).

Розглянемо ретельніше складові концептуальної моделі побудови і використання івент-менеджменту в управлінні підприємством. В її основу, як видно з рисунка, покладено низку ключових елементів, зокрема, таких як суб'єкти, об'єкти, цілі, принципи, технологія та результати івент-менеджменту, а також складові івент-менеджменту, до яких належать інструментарій, технологічна складова, персонал, політика, правила та процедури, індикатори та критерії оцінювання івент-менеджменту.

#### **1. Суб'єкти івент-менеджменту.**

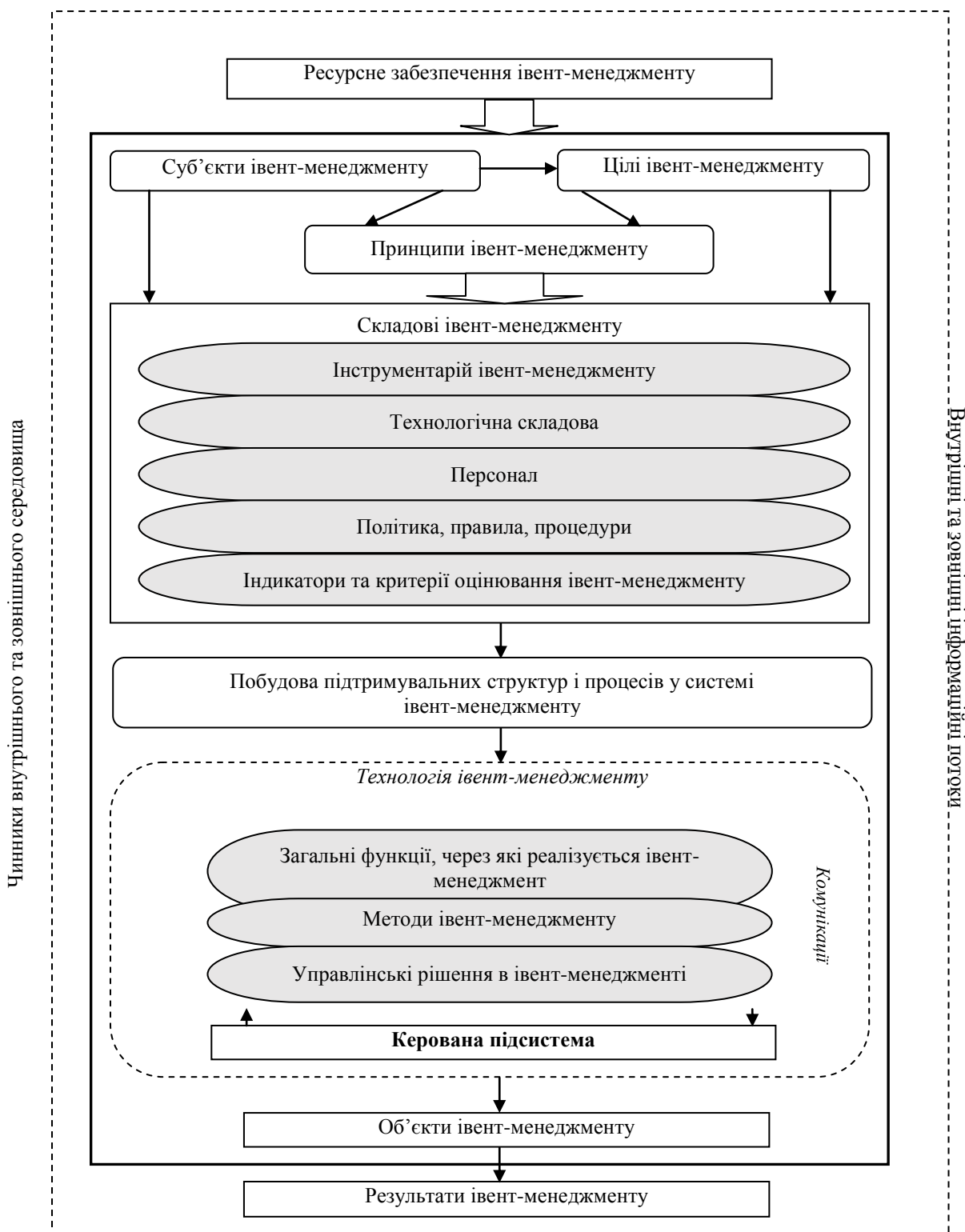
Насамперед зауважимо, що суб'єкти івент-менеджменту можуть бути як внутрішніми щодо компанії, так і зовнішніми. М. Уокер вважає, що на ринку івент-послуг функціонують три основні професійні гравці: івент-організатори, івент-менеджери та івент-координатори. Часто ці поняття плутають та використовують не за призначенням.

Івент-організатором може бути як людина, яка вирішила провести захід та працює самостійно (наприклад, керівник підприємства) чи підрозділ компанії, функціональними обов'язками якого є проведення зокрема й івент-заходів, так й івент-компанія (суб'єкт зовнішнього середовища), яка спеціалізується на проведенні івент-заходів. Івент-організатор може залучити або ввести у свою команду івент-менеджерів, які допоможуть забезпечити успіх події [3].

Компанія, що здійснює організування івент-заходів, зазвичай управляє повним спектром відповідних послуг, а також всіма процесами від початку до кінця. Часто компанію із управління подіями може найняти відома торгова марка, інше агентство (наприклад, маркетингове чи рекламне агентство), заклад або навіть туристична компанія. Компанії, що надають послуги в сфері івент-індустрії, найчастіше залучають завдяки наявності у них широкої бази контактів, їхньому досвіду та здатності забезпечити безперервність заходу без ускладнень. Хоча кінцевий споживач івент-послуг (наприклад, торгова марка, підприємство, установа тощо) може усвідомлювати мету свого заходу, він часто і не знає, як її досягти. Саме тоді залучається івент-компанія зі своїм досвідом, вмінням, знаннями та навичками.

Деякі сфери, якими може управляти івент-компанія, охоплюють: формування (і дотримання) бюджету події, використання торгових майданчиків, керування постачальниками додаткових послуг (освітлення, аудіовізуальний супровід, громадське харчування, охорона здоров'я та безпека, персонал для проведення заходів), дизайн та стилізація, організування маркетингу та просування, оцінювання та управління ризиком, управління проведенням заходу на місці, аналізування ситуації після проведення події тощо.

Івент-координатори допомагають забезпечити успішне виконання події (чи її елемента), можуть відповідати за один чи низку аспектів під час виконання елементів програми. Наприклад, деякі координатори займаються адмініструванням подій, таких як реєстрація чи зв'язок зі спікерами, або можуть здійснювати дизайн та стилізацію заходу. Івент-координатори підпорядковуються, найчастіше, івент-менеджерам [3]. Зауважимо, що такі івент-координатори також можуть належати до внутрішнього чи зовнішнього середовищ компанії.



Концептуальна модель побудови і використання івент-менеджменту в управлінні підприємством  
Сформовано та запропоновано автором

За М. Уокером івент-менеджер (менеджер подій) – це “особа, яка відповідає за проведення події, весілля, конференції чи фестивалю, планує і досягає всіх цілей події, встановлених спочатку”. На нього покладається відповідальність за виконання усіх завдань у межах івент-заходу (наприклад, за придбання необхідних для заходу товарів, за графік здійснення презентацій, дотримання вимог

охорони здоров'я та загальної безпеки тощо). Івент-менеджер часто працює від імені бренду компанії і є ключовою особою, яка забезпечує безперервність івенту [3].

Вікіпедія – вільна енциклопедія визначає івент-менеджера як людину, яка “планує та координує проведення події, беручи на себе відповідальність за творчі, технічні та матеріально-технічні елементи. Сюди входить загальний дизайн подій, побудова бренду, маркетингова та комунікаційна стратегія, аудіовізуальне забезпечення, написання сценарію заходу, логістика, складання бюджету, ведення переговорів зі всіма ланками, що дотичні до заходу, а також безпосереднє обслуговування клієнтів” [5].

Як свідчить вивчення теорії та практики, до переліку основних обов'язків івент-менеджера належать: розуміння вимог та особливостей кожної події, усвідомлення потреб і вимог клієнтів, планування та організування заходів з урахуванням фінансових і часових обмежень, бронювання місць та розміщення відвідувачів, доповідачів, зустрічі з клієнтами і регулярні звітування перед ними, пошук та порівняння пакетів послуг різних постачальників (громадське харчування, декоратори, музиканти тощо), переговори з постачальниками, щоб досягти найсприятливіших умов для всіх сторін, наймання, навчання та контроль за персоналом для заходу, оцінювання персоналу і надання звітів, керування всіма елементами подій (підготовка місця, формування запрошень, їжа, напої тощо), регулярне відстежування загального рівня витрат, планування бюджету подій, контроль за тим, щоб залишатися в межах бюджету, швидке та своєчасне вирішення проблем, які виникають, оцінювання успішності подій та подання звітів.

## 2. Об'єкт івент-менеджменту.

Об'єкт івент-менеджменту – самі заходи. Згідно з Eventbrite планові івент-заходи можна класифікувати на корпоративні та соціальні. Корпоративні події – це активність, яку організовує суб'єкт бізнесу, задля працівників, клієнтів, зацікавлених сторін, благодійних організацій чи громадськості. Аудиторія зазвичай залежить від того, якою є мета заходу – наприклад, запустити новий продукт або послугу, відзначити досягнення співробітників або продемонструвати досвід у певній галузі.

Деякі корпоративні заходи проводяться щоквартально або щороку, а інші можуть бути разовими і відбуватися у зв'язку з важливими оголошеннями або з метою вручення нагород.

Eventbrite пропонує корпоративні заходи розділити на чотири основні типи [4]:

– семінар – це тип корпоративного заходу, який організовується з урахуванням цільової аудиторії та має на меті передати їй важливу інформацію. Семінар може відбуватися у певному місці, у штаб-квартирі компанії чи навіть в Інтернеті, з потрібними інструментами та технологіями ділового спілкування. Зазвичай один доповідач або невелика кількість доповідачів звертаються до аудиторії, тож вибір доповідачів і наповнення їхнього звернення до аудиторії необхідно вказувати у списку планування семінарів;

– конференція – це набагато складніша подія, оскільки багато ораторів і сеанси поширюються на декілька залів у межах одного або декількох місць проведення. З метою заохочення до бесід та надання людям платформи для того, щоб поділитися своїм досвідом, конференції, як правило, починають із основного засідання, перш ніж переходити до інтерв'ю, круглих столів та панельних дискусій. Підготовка до приймання сотень чи навіть тисяч делегатів часто непроста, але реєстрація сьогодні спрощується за допомогою різноманітних технологічних додатків та онлайн-процедур;

– виставки – цей тип корпоративних заходів є прекрасним шансом продемонструвати найновіший продукт чи представити бренд компанії іншим підприємствам або широкій громадськості. У результаті виставки надають чудову можливість генерувати ідеї щодо способів продажу та заохочення. Зазвичай їх організовують на великих майданчиках, де розміщуються десятки продавців;

– воркшопи – це навчальні заходи, які можуть допомогти бізнесу налагодити комунікацію як із власним персоналом, так і з громадськістю. Незалежно від того, чи мета воркшопу – об'єднати

працівників для мозкового штурму, чи допомогти цільовій аудиторії краще зрозуміти певний продукт, такі майстер-класи роблять акцент на загальному навчанні та здобутті практичних вмінь.

Соціальні події повинні зосереджувати менше уваги на бізнесі, ставлячи в центр особисті інтереси публіки. Згідно з Eventbrite соціальні заходи можна розділити на три типи [4]:

– зібрання – від зустрічі із колишніми однокласниками чи членами сім'ї до важливих річниць та особливих зустрічей, що допомагають працівникам згадати яскраві моменти минулого (наприклад, у поєднанні із виступами, танцювальною музикою, слайд-шоу старих фотографій тощо);

– тематична вечірка – подія, яка потребує, найчастіше, яскравого маркетингу, декорування та забезпечення харчування й охоплює різні заходи, починаючи від приватних зустрічей і завершуючи вечірками із чималою кількістю гостей;

– добродійні заходи – заходи, основна мета яких, зазвичай, – зібрати кошти для певної благодійної чи некомерційної організації. До них належать розіграші та змагання, які можуть допомогти зібрати більше грошей як напряму, так і через продаж квитків. Постачальники таких заходів зазвичай зменшують платежі або відмовляються від них у обмін на можливість продемонструвати, що вони зайняті доброю справою.

3. Цілі івент-менеджменту можуть бути найрізноманітнішими, однак їх доцільно узагальнити у дві групи: корпоративні та тімблдінгові. Корпоративний вектор пов'язаний передусім із операційною діяльністю суб'єкта господарювання. Наприклад, QC Event School виокремлює такі чотири характерні для сьогодення цілі івент-менеджменту [1]:

- 1) посилення присутності компанії у соціальних медіа;
- 2) збільшення доходів компанії;
- 3) підвищення задоволеності клієнтів від наданих послуг чи спожитих товарів;
- 4) зміцнення ділових стосунків.

Водночас івент-менеджмент пов'язаний із цілями не лише корпоративними характеру, а й тімблдінговими. У цьому випадку варто говорити про досягнення так званого тімблдінгового ефекту (ефекту цілісності колективу, його єдності, згуртування тощо). Якщо розглядати цілі івент-менеджменту з позиції зовнішньої івент-компанії, то ключова мета реалізації івент-заходів для неї – забезпечити прибутковість її діяльності.

Без чітко встановлених та зрозумілих цілей для компанії івент-менеджмент буде фрагментарним та нецілеспрямованим. Керуючись поставленою метою, івент-менеджери визначають зміст і спрямованість івент-заходів. Цілі є так званими характеристиками бажаного кінцевого стану івент-події.

4. Івент-менеджмент, як і сам менеджмент загалом, підпорядкований основним принципам управління. Принципи івент-менеджменту – це основні правила, провідні ідеї та вихідні положення, якими керуються суб'єкти івент-менеджменту, здійснюючи свою діяльність [6]. До принципів івент-менеджменту на засадах вивчення теорії та практики зараховуємо такі:

- принцип цілеспрямованості діяльності;
- принцип урахування потреб та інтересів усіх учасників процесу;
- принцип мотивації всіх суб'єктів івент-менеджменту;
- принцип взаємозалежності всіх складових івент-менеджменту;
- принцип системності дій у процесі провадження івент-менеджменту;
- принцип правильного добору персоналу та його розміщення під час проведення івент-заходів;
- принцип економічності діяльності з івент-менеджменту та інші.

5. Результати івент-менеджменту ґрунтуються насамперед на результатах кожного конкретного заходу. Л. Соард у своїй статті виокремила критерії, за якими івент-захід можна вважати успішним [2]:

- отримання дієвої реклами компанії, продукту чи бренда;
- позитивні відгуки від учасників івент-заходу;
- позитивні відгуки від слухачів та спікерів;
- відповідність івент-заходу плану його проведення (зокрема, у контексті безперебійності);
- позитивні оцінки учасниками заходу його розважальної частини та харчування;
- правильність та ефективність делегування повноважень;
- дохід компанії від заходу або ж перспективи доходу в майбутньому.

6. Складові івент-менеджменту.

Розроблення та застосування інструментарію івент-менеджменту ґрунтується на єдності, системності та універсальності процесу впливу керуючої системи на керовану, прикладному використанні загального потенціалу підприємства та його результатів найширшим колом суб'єктів івент-менеджменту. В ході практичного застосування інструментарію івент-менеджменту в процесі розроблення та реалізації конкретного проєкту необхідно чітко та зрозуміло розподілити повноваження і забезпечити належну координацію між усіма складовими процесу івент-менеджменту. В цьому допоможуть створені на підприємстві правила, процедури та загальна політика, які забезпечують збереження чітких меж ведення івент-діяльності.

Технічна та технологічна оснащеність процесу івент-менеджменту відіграє надзвичайно важливу роль у діяльності компанії. Саме оснащеність підприємства новітніми засобами комунікації та зв'язку передусім забезпечить стабільність діяльності та безперебійність процесів, швидкість прийняття рішень, оперативність реакції у разі виникнення форс-мажорів, а також поліпшить імідж компанії та надасть солідності заходам.

Основними індикаторами та критеріями оцінювання івент-менеджменту можуть бути рівень інноваційного потенціалу івент-заходу, рівень досягнення цілей івент-заходу, рівень використання бюджету івент-заходу, рівень автоматизованості реєстрації учасників заходу, рівень технічної оснащеності івент-заходу тощо.

Важливою складовою івент-менеджменту є персонал. Від рівня освіти та досвіду працівників залежить ефективність діяльності компанії, зокрема ефективність івент-менеджменту. Персонал та всі залучені елементи процесу івент-менеджменту необхідно ретельно підбирати та контролювати. У ринкових умовах неможливо обійтися без навчальних заходів, тренінгів та семінарів для працівників. Професійне навчання персоналу в сучасному світі повинно бути безперервним, адже швидкі зміни в технології та інформатизація суспільства зумовлюють чіткі вимоги до постійного навчання та вдосконалення вмінь та навичок працівників у сфері івент-індустрії.

7. Технологія івент-менеджменту охоплює напрями роботи двох підсистем – керуючої та керованої. За ефективного впливу керуючої підсистеми на керовану, а також повноцінного та оперативного зворотного зв'язку весь процес івент-менеджменту проходить злагоджено і безперебійно. Керуюча підсистема впливає на керовану за допомогою функцій, методів івент-менеджменту та управлінських рішень. Івент-менеджмент, який є конкретною функцією менеджменту, реалізується зі здійсненням відомих загальних функцій. Відтак у межах технології необхідно виокремлювати:

- івент-планування;
- івент-організування;
- мотивування персоналу під час івент-заходів;
- контролювання івент-процесу;
- регулювання процесу ведення івент-діяльності.

Методами івент-менеджменту є загальні методи управління, такі як економічні, адміністративні, соціально-психологічні та технологічні. Результат методів івент-менеджменту – управлінські рішення, які є формалізацією методів впливу керуючої системи івент-менеджменту на керовану. Такі рішення ухвалюються у ході івент-менеджменту на вищому, середньому та нижчому рівнях управління одноосібно чи колективно і стосуються загалом всієї івент-діяльності або ж конкретної проблеми чи діяльності конкретного структурного підрозділу.

Окрім чинників внутрішнього середовища, на діяльність підприємства та здійснення івент-менеджменту впливають також чинники зовнішнього середовища: опосередкованого впливу (міжнародні події, оточення, міжнародні економічні відносини, політична ситуація в країні, соціально-культурні обставини) та прямого впливу – партнери, постачальники івент-послуг, споживачі, організації-сусіди, конкуренти, законодавчі акти та інші. Кожен івент-менеджер повинен враховувати такі фактори та характер їхнього впливу на систему івент-менеджменту.

### **Висновки та перспективи подальших досліджень**

Отже, результатом виконаних досліджень є сформована концептуальна модель побудови і використання івент-менеджменту в управлінні підприємством. Вона дає змогу ідентифікувати усі складові елементи моделі, чинники впливу та інструментарій івент-менеджменту, а також наочно демонструє особливості побудови підтримувальних структур та процесів у системі івент-менеджменту на підприємстві, що є хорошим інформаційним підґрунтям для подальших досліджень. Модель зосереджує увагу на технології івент-менеджменту. Створення та застосування івент-менеджменту на підприємстві ґрунтується на єдності, системності та універсальності інструментарію і методів взаємодії.

### **Список літератури**

1. 4 Goals to Set for Your Event Planning Business This Year, 2017. URL: <https://www.qceventplanning.com/blog/2017/12/4-goals-set-event-planning-business-year/> (Дата звернення 16 березня 2020).
2. 7 Characteristics of a Successful Event. Attendee Events, 2016. URL: <https://attendee.events/7-characteristics-successful-event/> (Дата звернення 17 березня 2020).
3. The 10 Event Management Skills Event Managers Need. Eventbrite. URL: <https://www.eventbrite.co.uk/blog/qualities-successful-event-managers-ds00/> (Дата звернення 11 березня 2020).
4. The Different Types of Events: A Comprehensive List. Eventbrite. URL: <https://www.eventbrite.co.uk/blog/the-different-types-of-events-ds00/> (Дата звернення 11 березня 2020).
5. Wikipedia, the free encyclopedia, 2019. Event management. [online]. URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/Event\\_management/](https://en.wikipedia.org/wiki/Event_management/) (Дата звернення 11 березня 2020).
6. Федоренко В. Г. Менеджмент: підручник / В. Г. Федоренко. – Київ: Алерта, 2015. – 492 с.

### **Reference**

1. 4 Goals to Set for Your Event Planning Business This Year, 2017. Retrieved from: <https://www.qceventplanning.com/blog/2017/12/4-goals-set-event-planning-business-year/> (accessed 16 March 2020).
2. 7 Characteristics of a Successful Event. Attendee Events, 2016. Retrieved from: <https://attendee.events/7-characteristics-successful-event/> (accessed 17 March 2020).
3. The 10 Event Management Skills Event Managers Need. Eventbrite. Retrieved from: <https://www.eventbrite.co.uk/blog/qualities-successful-event-managers-ds00/> (accessed 11 March 2020).
4. The Different Types of Events: A Comprehensive List. Eventbrite. Retrieved from: <https://www.eventbrite.co.uk/blog/the-different-types-of-events-ds00/> (accessed 11 March 2020).
5. Wikipedia, the free encyclopedia, 2019. Event management. Retrieved from: [https://en.wikipedia.org/wiki/Event\\_management/](https://en.wikipedia.org/wiki/Event_management/) (accessed 11 March 2020).
6. Fedorenko V. G. (2015). Management: pidruchnyk. [Management: a textbook]. Kyiv: Alerta, 492 p. (in Ukrainian).

**CONCEPTUAL MODEL OF CONSTRUCTION AND USAGE OF EVENT MANAGEMENT IN  
ENTERPRISE MANAGEMENT**

© Mysyk V. M., 2020

In the article the conceptual model of event management construction and usage in enterprise management is formed and investigated. The essence of the constituent elements of the model is revealed, their description is made. It is established that the conceptual model is based on seven key elements: entities of event management, its objects, goals, general principles, features of technology and results of event management, as well as components of event management, including its tools, technological component, company staff, policies, rules and procedures for the implementation of the activity, as well as indicators and criteria for evaluating event management. The place of the basic structural parts of the model in the general system of functioning of the enterprise and their influence on its activity is investigated in the work. It is established that the event management technology focuses on the efficiency of the functioning of its two subsystems - the managed and managed. The peculiarities of the influence of the event management subsystem on the managed as well as the peculiarities of the feedback are investigated.

The main subjects of event management are event organizers, event coordinators and event managers. The event organizer can be either the person who decided to hold the event and work independently (for example, the head of the company), a subdivision of the company whose functional responsibilities include conducting events or event company (subject of external environment) specializing in event activities. Event organizers can bring in event managers or have them on their team to help ensure the success of the event. Event management facilities include corporate and social activities. Corporate events, in turn, are divided into four main types: seminars, conferences, exhibitions, workshops. Social activities include those that focus less on business and more on social aspects (meetings, themed parties, and charity events). It is determined that event management is in accordance with the basic principles of management, so the key ones are highlighted in the paper. Event management goals can be diverse, but it is advisable to summarize them into two groups: corporate and team-building goals. The corporate vector is primarily related to the operating activities of the entity. In addition to the internal environment factors, the activity of the enterprise and the implementation of event management are also influenced by environmental factors: indirect influence (international events, environment, international economic relations, political situation in the country, socio-cultural circumstances) and direct influence - partners, providers of event services, consumers, neighborhood organizations, competitors, legislation and more. Each event manager should consider such factors and the nature of their impact on the event management system. It is established that the results of event management are generally influenced by the results of implementation of each specific event.

Formed conceptual model of event management construction and use in enterprise management enables event management entities and business leaders to identify the necessary resources, goals, tools, policies, rules, procedures, indicators, criteria, etc. for more effective implementation of event measures.

**Key words:** event management; event; management; event planning; business tourism.