

УДК 005.2

JEL Classification: M11, M14, M19

DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2021-4.84.08>

Н. В. Шупрудько, к.е.н., доцент,

<https://orcid.org/0000-0002-5629-0671>

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

СПЕЦИФІЧНІ ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ

Анотація

Актуальність. Постановка проблеми. Сьогодення ставить нові виклики у розвитку сучасних напрямів менеджменту у бізнес-середовищі України. Одним з таких напрямів є івентивний менеджмент, поштовхом до формування якого став івентивний туризм. З'явилися професіонали у сфері організації та проведення подій (ключових точок активності), які беруть на себе управління подіями та післяподієву рефлексію. Побудова системи івентивного менеджменту на основі врахування загальних і специфічних факторів дає можливість бізнесу в цій сфері бути готовим до загроз та успішно розвиватися.

Мета дослідження полягає в обґрунтуванні специфічних факторів впливу на формування системи івентивного менеджменту у бізнес-середовищі України.

Методологія. При побудові логіки і структури статті ми використали метод структурно-логічного аналізу. Для узагальнення підходів до обґрунтування ключових факторів впливу на систему івентивного менеджменту використані методи групування і систематизування, аналізу й синтезу. Для формування переліку проблем, потреб та загроз, спричинених дією ключових факторів, використані системний метод дослідження та спостереження.

Результати. Дослідження показали, що протягом останніх десятиліть відбулося виокремлення такого напрямку, як івентивний туризм, в основу якого покладені заплановані події. З плином часу щораз частіше організацією заходів стали займатися професіонали, утворилися спеціалізовані івент-агентства та окремі незалежні професіонали. Фактично у вітчизняній економіці сформувався окремий функціональний напрям менеджменту – івентивний менеджмент.

Світова практика засвідчила тривалу історію існування спеціалізованих інституцій навколо подієвої діяльності – понад 60 років. Водночас про таку ж тривалу історію івентивного менеджменту говорити не доводиться.

Спільність проблем, що виникають під час планування, реалізації чи управління подіями, вимагає при побудові івентивного менеджменту враховувати особливості цього

виду діяльності, зокрема фактори, що власне, формують систему івентивного менеджменту на підприємствах галузі. Основні галузі знань з управління подіями, такі як управління проектами, управління ризиками, логістика та фінансове управління, потрібно буде інтегрувати у систему івентивного менеджменту з врахуванням специфічних факторів, які ми пропонуємо розглянути: група зовнішніх (об'єктивних) та група внутрішніх (суб'єктивних) факторів.

Практичне значення. Визначення чіткого переліку специфічних факторів впливу на ефективність івентивного менеджменту підприємства здатне суттєво покращити економічні показники його діяльності та створити передумови для формування проактивних стратегій його розвитку.

Перспективи подальших досліджень. Подальшими напрямками дослідження могли б стати розширення і уточнення даних факторів, пошук і обґрунтування системи оцінювання сили та інтенсивності їх впливу на ефективність системи івентивного менеджменту підприємства тощо.

Ключові слова: івентивний менеджмент, івент-менеджмент, зовнішні фактори впливу на ефективність менеджменту, внутрішні фактори впливу на ефективність менеджменту.

Кількість джерел: 6; кількість таблиць: 1.

Nataliia Shuprudko, Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor,
<https://orcid.org/0000-0002-5629-0671>
Chernivtsi Institute of Trade and Economic of KNUTE,
Chernivtsi

SPECIFIC FACTORS OF EVENT MANAGEMENT FORMATION

Summary

Today poses new challenges in the development of modern management in the business environment of Ukraine. Event management has confidently become one of such directions, the impetus for the formation of which was event tourism. The need for time was the emergence of professionals in the field of organization and conduct of events - key points of activity - who would take over event management and post-event reflection. Building an inventive management system based on general and specific factors allows businesses in this area to be prepared for threats and develop successfully.

The purpose of the study is to substantiate the specific factors influencing the formation of the system of event management in the business environment of Ukraine.

In constructing the logic and structure of the article, we used the method of structural-logical analysis. Methods of grouping and systematization, analysis and synthesis are used to generalize approaches to substantiation of key factors influencing the system of event management. A systematic method of research and observation was used to form a list of problems, needs and threats caused by the action of key factors.

Studies have shown that in recent decades there has been a distinction in such an area as event tourism, which is based on planned events. Over time, more and more professionals began to organize events, specialized event agencies and some independent professionals were formed. In fact, in the domestic economy formed a separate functional area of management - event management.

World practice shows a long history of specialized institutions around the event - more than 60 years. However, to say that event management has the same long history is not necessary.

The common problems that arise in planning, implementation, event management, requires the construction of event management to take into account the peculiarities of this activity, in particular the factors that actually form the system of event management in the industry. Key areas of knowledge in event management, such as project management, risk management, logistics and financial management, will need to be integrated into the event management system, taking into account the specific factors we propose to consider: external (objective) and internal (sub-effective) factors.

Defining a clear list of specific factors influencing the effectiveness of event management of the enterprise can significantly improve the economic performance of its activities and create conditions for the formation of proactive strategies for its development.

Further areas of research could be the expansion and refinement of these factors, the search for and justification of the system for assessing the strength and intensity of their impact on the effectiveness of the system of event management of the enterprise and so on.

Keywords: event management, external factors influencing the effectiveness of management, internal factors influencing the effectiveness of management.

Number of the sources – 6; number of tables – 1.

Постановка проблеми. Велика кількість різноманітних подій (заходів, івентів/events) як на території окремо взятої громади чи міста, так і на території країни завжди має потенціал приваблення значної кількості відвідувачів, в тому числі й туристів. Сама подія стає точкою активності низки суб'єктів, які беруть у ній участь як організатори, як учасники, що пропонують свій продукт, як учасники, які «споживають» пропонований продукт, як посередники та партнери, що забезпечують подію на різних її

етапах (від зародження до рефлексії) необхідною інформаційною, фінансовою, волонтерською, ресурсною підтримкою. Таким чином охоплюються такі інструменти, як маркетинг, бюджетування, логістика, людські відносини тощо, актуалізується проблема надання і забезпечення ефективності управління подіями – їх проєктування та проведення. Таку ефективність здатний забезпечити налагоджений івент-менеджмент через відповідні івент-агенції чи інші суб'єкти, що не обов'язково спеціалізуються на івентах, але проводять їх.

Незаперечним є те, що рівень і якість підготовки і проведення подій сильно корелюється із рівнем ефективності івент-менеджменту (івентивного менеджменту) згаданих суб'єктів, який залежить від багатьох зовнішніх та внутрішніх чинників.

Аналіз досліджень і публікацій. Належної уваги питання івентивного менеджменту у вітчизняних наукових сферах не знайшли. Визначенню суті івентивного менеджменту присвячені окремі праці О. Б. Власенко, О. Є. Воскресенської, А. М. Фурсова [1; 2], але переважна більшість вчених у нечисленних працях розглядає івентивний менеджмент у контексті та взаємозв'язку із туризмом, зокрема, Ю. Б. Забалдіна, А. П. Тараненко, О. А. Хитрова, Ю. Ю. Харитонова [3; 4]. Окремі напрацювання щодо визначення факторів розвитку івентивного менеджменту зустрічаємо у праці В. М. Мисик [5].

Проте проблеми івентивного менеджменту ще не стали об'єктами достатньої наукової уваги, дослідження знаходяться у зародковому стані та потребують поглиблення, уточнення, деталізації. Так, питання факторів формування системи івентивного менеджменту залишаються недослідженими, зокрема у частині пошуку та обґрунтування специфічних факторів, що розкривали б особливості цього напрямку менеджменту.

Формулювання мети, цілей та завдань. Мета дослідження полягає в обґрунтуванні специфічних факторів впливу на

формування системи івентивного менеджменту у бізнес-середовищі України.

Для досягнення поставленої мети ми вбачаємо виконання таких завдань, як:

- визначити зміст та місце івентивного менеджменту в економіці та суспільстві;
- визначити рівень розвитку івентивного менеджменту в Україні;
- обґрунтувати специфічні фактори формування системи івентивного менеджменту в Україні.

Виклад основного матеріалу. Аналізуючи наукові дослідження з цієї тематики, ми розділяємо думку авторів [1], що протягом останніх десятиліть відбулося виокремлення такого напрямку, як івентивний туризм. В його основі покладено заплановані події, що є певним видом тимчасового феномену, адже кожна окрема подія по-своєму унікальна, оскільки події розглядаються як перетин встановлених заходів, людей та системи управління. Події проводяться їх ініціаторами, які часто є приватними особами (активістами) або представниками органів місцевого самоврядування відповідних громад. Однак з плином часу щораз частіше організацією заходів стали займатися професіонали, утворилися спеціалізовані івент-агентства і суб'єкти-організатори подій частіше стали віддавати на аутсорсинг цю роботу.

Тобто фактично у вітчизняній економіці внаслідок відокремлення івентивного туризму сформувався окремий функціональний напрям менеджменту – івентивний менеджмент (івент-менеджмент, event management).

Хоча зазначимо, що світова практика засвідчила тривалу історію існування спеціалізованих інституцій навколо подієвої діяльності. Зокрема, найстарішими серед них можна відзначити такі:

- Міжнародна асоціація фестивалів та подій, що заснована у 1955 році (IFEA, <http://www.ifea.com>);
- Міжнародна асоціація подій, заснована у 1987 році (ILEA, <https://ileahub.com>);

- Всесвітня асоціація виставкової індустрії, заснована у 1925 році (UFI, <https://www.ufi.org>);

- Міжнародна асоціація виставок і подій, заснована у 1928 році (IAEE, <http://www.iaee.com>).

Водночас про таку ж тривалу історію івентивного менеджменту говорити не доводиться, про що свідчать відповідні дослідження [6].

Автори дослідження стверджують, що індустрія подій відноситься до такої, що розвивається як система, як цілісна індустрія. Тобто можна стверджувати, що відповідно, івентивний менеджмент також відноситься до тих напрямів, що розвиваються. І одним з ключових моментів у розумінні того, що івентивний менеджмент слід розглядати як окремий напрям менеджменту є те, що події можна уявити як своєрідний «домен», який з'єднує професіоналів подій із «спільнотою» навколо подій. Існують способи роботи, спільні цінності та практики, спільна ідентичність та бажання працювати – все це є ознаками спільності учасників подій, існування системи залежностей і зв'язків, спільних факторів впливу тощо, що ще раз підтверджує необхідність виокремлення івентивного менеджменту.

Спільність проблем, що виникають під час планування, реалізації та управління подіями, вимагає при побудові івентивного менеджменту враховувати особливості цього виду діяльності, зокрема фактори, що власне, формують систему івентивного менеджменту на підприємствах галузі. Очевидно, що також можна говорити про різні управлінські підходи до залучення зацікавлених сторін, що підкреслює складність формулювання системи івентивного менеджменту.

Основні галузі знань з управління подіями, такі як управління проектами, управління ризиками, логістика та фінансове управління, потрібно буде інтегрувати у систему івентивного менеджменту з врахуванням специфічних факторів, які ми пропонуємо розглянути.

В. М. Мисик у своїй праці [5] торкається питання визначення та обґрунтування факторів формування івентивного менеджменту в управлінні підприємствами, які нею були розподілені на дві групи:

1) фактори внутрішнього середовища (компетентність персоналу підприємства в івент-менеджменті, цілі та завдання івент-менеджменту, особливості підприємства, ресурсне забезпечення івент-менеджменту, імідж підприємства);

2) фактори зовнішнього середовища (прямого впливу: постачальники івент-послуг, споживачі івент-послуг, конкуренція на ринку івент-індустрії, розвиток івент-індустрії, розвиток управлінських компетенцій у сфері івент-менеджменту; непрямого впливу: система міжнародних відносин, міжнародне оточення та міжнародні події, політична ситуація в країні, рівень науки і техніки в країні та світі).

Кожна група факторів детально описана і проаналізована. Погоджуючись із зазначеною структурою та змістом факторів, вважаємо за необхідне доповнити її специфічними факторами, притаманними саме для івентивного менеджменту, що враховували б його специфіку, описану на початку нашого дослідження. Оскільки наведені у праці [1] великою мірою є універсальними і можуть бути застосовані як для оцінювання бізнес-середовища певного суб'єкта бізнесу загалом, так і для інших видів менеджменту зокрема, то наші доповнення матимуть характер уточнення та конкретизації факторів формування системи івентивного менеджменту на відповідних підприємствах цієї сфери діяльності (табл. 1).

Зазначимо, що перелік факторів не є виключним і може бути розширений або скорочений у порядку наукових дискусій та альтернативного авторського бачення. Водночас зауважимо, що кожен із перелічених факторів володіє біполярним впливом на ефективність івентивного менеджменту – здатний як підвищити її, так і понизити. Напрямок впливу залежить від конкретних обставин та умов і не може бути типовим.

Врахування згаданих факторів у побудові системи івентивного менеджменту суб'єктами галузі тяжіє до гарантування того, що індустрія подій буде готова адаптуватися до глобальної конкуренції, динамічного мінливого бізнес-середовища та можливих глобальних криз. Івентивний менеджмент дає можливість досягнути тривалого ефекту, коли подія вже закінчилася, але її результати ще довго діють, її пам'ятають, до неї фактично залучаються нові учасники, які безпосередньо на події не були.

Таблиця 1

Специфічні фактори формування системи івентивного менеджменту в управлінні підприємством

<i>Група факторів</i>	<i>Фактори</i>
Зовнішні (об'єктивні)	<ul style="list-style-type: none">- Імідж регіону розташування підприємства- Регіональна політика місцевої влади- Подієвий потенціал регіону- Культура і масштаби спонсорства у регіоні
Внутрішні (суб'єктивні)	<ul style="list-style-type: none">- Наявність власних або орендованих технічних засобів у підприємства (спортивної арени, виставкової площі, розважального простору тощо)- Наявність або легка доступність необхідних фінансових ресурсів- Масштабність події у співвідношенні з розміром підприємства- Рівень розвитку і культура застосування підприємством інструментів фандрейзингу (fundraising)- Цінність події для зацікавлених сторін (власників підприємства, працівників, «споживачів» події тощо)

*Джерело: розроблено автором.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Таким чином, ми дослідили особливості впливу загальних і специфічних факторів на формування системи івентивного менеджменту у бізнес-середовищі України. Передусім важливо забезпечити ідентифікацію конкретних факторів впливу для кожного конкретного підприємства, що застосовує івентивний менеджмент у своїй діяльності, оскільки наведений нами перелік факторів не є константою і не є виключним. І паралельно з процесами ідентифікації необхідно оцінити напрям впливу кожного з них –

прямий чи зворотній – на забезпечення ефективності системи івентивного менеджменту підприємства.

Це завдання можна реалізувати перш за все за умови визнання івентивного менеджменту як актуального напрямку у менеджменті підприємства та усвідомлення його важливості для економіки, передусім економіки конкретного регіону. І якщо в економічно розвинених країнах цей напрям менеджменту фактично існує вже не менше 60 років, то вітчизняна економіка лише починає запроваджувати дану систему управління, закладаючи таким чином основи розвитку івентивного менеджменту в Україні.

Одним із ключових у забезпеченні такого розвитку є визначення і обґрунтування факторів формування системи івентивного менеджменту в управлінні підприємствами, адже без цього неможливо забезпечити умови, середовище такого розвитку. Ми вважаємо, що крім загальних факторів впливу на ефективність системи, слід виокремити специфічні фактори, розбивши їх на групи зовнішніх (об'єктивних) та внутрішніх (суб'єктивних).

І оскільки наведений перелік факторів є дискусійним, то подальшими напрямками дослідження могли б стати розширення і уточнення цих факторів, пошук і обґрунтування системи оцінювання сили та інтенсивності їх впливу на ефективність системи івентивного менеджменту підприємства тощо.

Список використаних джерел:

1. Власенко О. Б. Івентивний менеджмент як окремий напрям дослідження в сучасній науці. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія : Економічні науки. 2014. Вип. 9(3). С. 142–145. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2014_9\(3\)__35](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2014_9(3)__35) (дата звернення 12.10.2021).
2. Воскресенська О. Є., Фурсов А. М. Event-менеджмент в управлінні розвитком подієвого туризму. *Молодий вчений*. 2019. № 2(1). С. 248–252. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2019_2\(1\)__57](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2019_2(1)__57) (дата звернення 12.10.2021).
3. Забалдіна Ю. Б., Тараненко А. П. Формування івентивного портфеля. *Інтелект XXI*. 2017. № 5. С. 48–52.
4. Хитрова О. А., Харитоновна Ю. Ю. Стан і тенденції розвитку івент-менеджменту в Україні. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Серія : Економіка і менеджмент. 2018. Вип. 30. С. 27–31.

5. Мисик В. М. Чинники побудови і розвитку івент-менеджменту. *Інтелект XXI*. 2020. № 3. С. 44–48. URL: http://www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2020/2020_3/11.pdf (дата звернення 11.09.2021).
6. Brown T. and Stokes P. Events management as a community of practice. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*. 2021. Vol. 4 No. 2, pp. 224–242. URL: <https://doi.org/10.1108/JHTI-09-2020-0157> (дата звернення 11.09.2021).

References:

1. Vlasenko, O.B. (2014). Inventive management as a separate area of research in modern science. *Naukovyy visnyk Khersons'koho derzhavnoho universytetu. Seriya : Ekonomichni nauky [Scientific Bulletin of Kherson State University. Series: Economic Sciences]*, vol. 9 (3), pp. 142–145. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2014_9\(3\)__35](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2014_9(3)__35) (Accessed 12.10.2021) (in Ukr.).
2. Voskresenska, O.E., Fursov, A.M. (2019). Event-management in the management of event tourism. *Molodyy vchenyy [Young scientist]*, № 2 (1), pp. 248–252. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2019_2\(1\)__57](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2019_2(1)__57) (Accessed 12.10.2021) (in Ukr.).
3. Zabaldina, Yu.B., Taranenko, A.P. (2017). Formation of the inventive portfolio. *Intelekt XXI [Intelligence XXI]*, № 5, pp. 48–52 (in Ukr.).
4. Khytrova, O.A., Kharytonova, Yu.Yu. (2018). Status and trends in event management in Ukraine. *Naukovyy visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Seriya : Ekonomika i menedzhment [Scientific Bulletin of the International Humanities University. Series: Economics and Management]*, vol. 30, pp. 27–31 (in Ukr.).
5. Mysyk, V.M. (2020). Factors of construction and development of event management. *[Intelligence XXI]*, № 3, pp. 44–48. URL: http://www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2020/2020_3/11.pdf (Accessed 11.09.2021) (in Ukr.).
6. Brown, T. and Stokes, P. (2021). Events management as a community of practice. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, vol. 4, no. 2, pp. 224–242. URL: <https://doi.org/10.1108/JHTI-09-2020-0157>.