

**Київський національний університет імені Тараса Шевченка**  
**Філософський факультет**  
**Кафедра етики, естетики та культурології**

**ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ: СПЕЦИФІКА ТА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ**

Кваліфікаційна робота за спеціальністю 034 культурологія  
на здобуття освітнього ступеня бакалавру культурології

Студентка-виконавиця:  
Орловська Надія Григорівна  
IV курс  
Спеціальність 034 «Культурологія»

Науковий керівник:  
Тормахова Анастасія Миколаївна  
К.ф.н., доцент

Допущено до захисту:

Зав. кафедри\_\_\_\_\_

**Київ - 2024**

## **ЗМІСТ**

<b>ВСТУП</b>	<b>3</b>
<b>РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ В КОНТЕКСТІ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ПРОЦЕСІВ</b>	<b>5</b>
1.1. Соціокультурні виміри івент-менеджменту	5
1.2. Культурні принципи івент-менеджменту та їх роль у формуванні сучасних соціальних практик	11
<b>РОЗДІЛ II. СОЦІОКУЛЬТУРНІ МЕХАНІЗМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ІВЕНТІВ</b>	
2.1. Етапи підготовки та впровадження івентів у культурному середовищі	15
2.2. Управління ризиками в контексті соціокультурної динаміки	21
2.3. Ключові культурні фактори успішної реалізації івентів	25
<b>РОЗДІЛ III. СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ІВЕНТ-ІНДУСТРІЇ ЯК СФЕРИ КУЛЬТУРНОГО ВИРОБНИЦТВА</b>	<b>31</b>
3.1. Івент-індустрія в Україні: культурні виклики та перспективи розвитку	31
3.2. Культурна інтеграція молоді через івент-індустрію	37
<b>ВИСНОВКИ</b>	<b>44</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b>	<b>46</b>
<b>ДОДАТКИ</b>	<b>50</b>

## Вступ

**Актуальність.** Івент-менеджмент – це сфера, яка знаходиться в центрі уваги сучасного світу. З кожним роком івенти стають все більш важливими як для бізнесу, так і для культурного та соціального життя суспільства загалом. Світ стрімко змінюється, і івенти стають ключовими інструментами для відзначення цих змін, вираження ідей та цінностей, а також залучення уваги громадськості.

В контексті сучасних викликів, що стоять перед бізнесом, культурною сферою та суспільством в цілому зокрема глобалізація та міграція призвели до зміни демографічного складу населення багатьох країн, включно з Україною, сфера івент-менеджменту є однією з тих, яка здатна по-справжньому консолідувати суспільство. Зростання конкуренції, швидкі технологічні зміни, зміни в споживчих уподобаннях та очікуваннях громадськості – це тільки деякі з факторів, які визначають потребу в розумінні та вдосконаленні практик івент-менеджменту.

Проблематика цієї теми включає ряд важливих аспектів, таких як висока конкуренція на ринку, швидкий технологічний прогрес, зміна споживчих очікувань, економічна нестабільність, регуляторні вимоги та безпека, особливо враховуючи повномасштабне вторгнення Росії в Україну, екологічна відповідальність, брак кваліфікованих кадрів та необхідність аналізу ефективності івентів. Вирішення цих проблем є важливим для забезпечення ефективного розвитку івент-індустрії.

Дослідження специфіки та стратегій розвитку івент-менеджменту є надзвичайно важливим для розуміння його ролі у сучасному суспільстві та економіці. Ця робота сприятиме розширенню знань про ефективні практики організації івентів, виявленню ключових викликів та можливостей, а також розробці рекомендацій для подальшого розвитку івент-індустрії.

**Об'єкт дослідження** - івент-менеджмент як сучасна сфера культурного виробництва.

**Предмет дослідження** - специфіка організації та стратегії розвитку івент-менеджменту в сучасному культурному контексті.

**Мета** – проаналізувати специфіку івент-менеджменту та окреслити стратегії його розвитку як інструменту соціокультурної комунікації та культурного впливу.

**Завдання:**

- дослідити теоретичні основи івент-менеджменту в контексті соціокультурних процесів;
- виявити культурні принципи івент-менеджменту та їх роль у формуванні сучасних соціальних практик ;
- висвітлити етапи підготовки та впровадження івентів у культурному середовищі;
- охарактеризувати специфіку управління ризиками в контексті соціокультурної динаміки;
- окреслити ключові культурні фактори успішної реалізації івентів;
- представити особливості функціонування івент-індустрії в Україні, а саме культурні виклики та перспективи розвитку;
- охарактеризувати культурну інтеграцію молоді через івент-індустрію.

**Методологія.** Для написання кваліфікаційної роботи використано наступні методи наукового дослідження, як: аналіз та синтез інформації, порівняння та узагальнення наукової літератури, емпіричні методи (опитування, інтерв'ю тощо).

**Структура роботи.** Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг кваліфікаційної роботи становить 52 сторінки, список використаних джерел нараховує 42 найменування.

# РОЗДІЛ І.

## ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ В КОНТЕКСТІ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ПРОЦЕСІВ

### 1.1. Соціокультурні виміри івент-менеджменту

Івент (від англ. event - подія) – це загальноприйняте поняття, яке використовується в різних контекстах, але завжди означає деяку видиму або відчутну подію, яка відбувається в певний момент часу. Івент може мати різний ступінь складності та різний рівень впливу на людей, які беруть участь у ньому. Зазвичай івенти організовуються з метою залучення уваги громадськості до певної теми, продукту або послуги. «івент – запланована соціально-суспільна подія (захід), що відбувається в певний час із певною метою та має певний резонанс для суспільства» [24, с. 1].

Функції івенту можуть бути різними, в залежності від його типу та мети. Однією з основних функцій івенту є залучення уваги громадськості до певного продукту або послуги. Іншою функцією може бути збір коштів на підтримку певної благодійної організації або підтримку певної ідеї. Крім того, івент може слугувати інструментом для побудови взаємовідносин між різними групами людей або організаціями.

Особливості івенту полягають у тому, що він є тимчасовим явищем, яке має свій початок і кінець. Крім того, івент може мати різні форми проведення, від традиційних конференцій та семінарів до новітніх технологій, таких як віртуальні та гібридні івенти. Важливим аспектом івенту є планування та проведення, яке повинно бути організованим та забезпечувати високу якість взаємодії між учасниками та організаторами. Крім того, івент може включати різноманітні активності, такі як демонстрації продуктів, доповіді від експертів, інтерактивні розваги та ігри, забезпечення комфортних умов для учасників, таких як харчування, розташування, транспорт тощо.

Одним з джерел, яке можна використовувати для дослідження поняття івенту, є книга «Special Events: A New Generation and the Next Frontier» авторів Джо Авріл та Річарда Сакрі. У цій книзі розглядаються різні аспекти планування та проведення івентів, такі як маркетингові стратегії, фінансове планування та управління персоналом. Детально описуються типи івентів та їхні особливості. «Андрианова Н. А. характеризує івент – як захід (сукупність маркетингових дій), який прагне стати подією, значним явищем, фактом громадського та приватного життя представників цільової аудиторії, при цьому виконати завдання івент-менеджменту за допомогою технологій івент-маркетингу, активно використовуючи інструменти PR. До того ж «івент» – це завжди унікальне переживання, ексклюзивний, єдиний в своєму роді захід, з яким не можна сплутати ніяку іншу подію» [8, С. 2].

Ще одним джерелом, яке можна використовувати для дослідження поняття івенту, є «The Business of Event Planning: Behind-the-Scenes Secrets of Successful Special Events» автора Юрія Бакмена. У цій книзі детально описується процес планування та проведення івентів, розглядаються різні види івентів та їхні особливості, а також наводяться приклади успішної роботи з клієнтами та управління проектами.

У контексті культурної організації та маркетингу, «івент» відноситься до спеціально організованого заходу або події, яка призначена для залучення уваги, спілкування, розваги, освіти, просування певного продукту, послуги, бренду або ідеї. «Під заходом ми маємо на увазі пряме залучення цільової аудиторії в ряд дій, об'єднаних ідеєю і режисерської задумкою, з метою досягнення контрольованого ефекту з боку аудиторії. Захід – ідеальна форма для того, щоб здивувати споживача, наочно продемонструвати нові можливості і динаміку компанії. Це форма піклування компанії та бренду про споживача» [5, С. 7].

Івент у сучасному світі виконує багато культурних функцій:

- Залучення уваги: організація івенту дозволяє привернути увагу цільової аудиторії до певного продукту, послуги або ідеї. Він допомагає залучити учасників і створити бажання дізнатися більше.

- Розвага: Івенти можуть бути організовані з метою розважити аудиторію. Це можуть бути концерти, фестивалі, виставки, спортивні змагання або громадські заходи, які пропонують розваги і задоволення.

- Комунікація. Івенти надають можливість людям зустрітися, обмінятися ідеями, досвідом та встановити нові контакти. Вони можуть бути майданчиком для спілкування між учасниками, експертами та представниками брендів. «Знак завжди є певним матеріальним об'єктом або явищем, зовнішня форма якого сприймається людиною почуттєво, а внутрішній зміст виявляється в процесі осмислення суб'єктивних значень, вкладених в знак людиною. Чим ширша, цікавіша й доречніша палітра знакових засобів, що використовуються при підготовці та проведенні івенту, тим більше можливостей перетворити його на справді змістовну, неординарну й комфортну комунікативну подію у відповідності з базовим соціокультурним визначенням поняття івенту.» [27, С. 3].

- Освіта та інформація: Івенти можуть бути призначені для навчання, підвищення обізнаності та обміну знаннями. Семінари, конференції, тренінги та лекції - все це може бути організовано в рамках івента з метою передачі інформації та освіти.

- Просування та маркетинг: події часто служать платформою для просування продуктів, послуг або справ. Компанії та організації використовують заходи, щоб продемонструвати свої пропозиції, залучити цільову аудиторію, підвищити впізнаваність бренду та збільшити продажі. Торгові ярмарки, презентації продуктів і корпоративні заходи є прикладами, коли маркетинг і просування відіграють значну роль. «Завдяки високій конкурентоздатності відносно медійних рекламних новітв, івент швидко

набирає оберти та виокремлюється в окрему індустрію та набуває більш широкого значення - святкової події, події що перетворюється в самостійний та цінний продукт, якому властива прогресивне рішення самих різноманітних задач сучасного бізнесу і є засобом, за допомогою якого досягаються визначені економічні та маркетингові цілі.» [20, С. 23].

Окрім того, івенти за своєю суттю мають багато особливостей, як створення вражень, креативність, множинність. сильна взаємодія, широкий спектр інструментів. Івенти спрямовані на створення незабутніх вражень учасникам. Організатори намагаються створити унікальну атмосферу, захоплюючі виступи, несподівані елементи, високу якість обслуговування та деталі, що виходять за межі звичайного.

Івенти є тимчасовими заходами, які зазвичай тривають обмежений період часу, від кількох годин до кількох днів. Це надає їм особливий характер і стимулює учасників взяти участь, знаючи, що це неповторна можливість. Часто базуються на творчому підході до організації. Вони можуть містити нестандартні елементи, неочікувані декорації, тематичні концепції та інноваційні підходи, що роблять їх цікавими та запам'ятовуваними. Івенти зазвичай спрямовані на активну взаємодію учасників. Це може бути через групові завдання, спільні діяльності, інтерактивні стенди або дискусійні панелі. Взаємодія сприяє побудові спільноти, спілкуванню та залученню учасників до події. Івенти є потужним інструментом маркетингу для підтримки бренду, просування продукту або послуги. Вони дозволяють прямо взаємодіяти з цільовою аудиторією, створюючи позитивну сприйняття та згуртовуючи відносини з клієнтами. Івенти можуть мати різноманітні формати і масштаби, залучаючи різну кількість людей і ресурсів. «Культурно-дозвілєві інтереси населення та їх потреби переростають за рамки традиційних дозвілєвих форм та потребують раціональності, інформативності, емоціональності у творчому, освітньому та рекреативному планах. Ігнорування цих потреб традиційними закладами культуру породжує виникнення абсолютно

нових угруповань, що орієнтуються на попит населення і використовують нові технології.» [20, С. 24].

Сучасні івенти все більше використовують технології для покращення вражень та взаємодії з учасниками. Це може бути використання мобільних додатків, віртуальної реальності, розширеної реальності, інтерактивних стендів та інших інноваційних рішень. Щодо організаційних аспектів, то підготовка та проведення івента вимагає детального планування, координації роботи команди, вибору локації, розробки програми події, привлечення спікерів або виконавців, маркетингової підтримки, управління бюджетом та багато іншого. Ефективна організація івента дозволяє досягти запланованих цілей та задовольнити очікування учасників.

Оцінка ефективності івента є важливим етапом. Це може бути здійснено за допомогою опитувань, відгуків учасників, аналізу медіа-покриття, вимірювання кількості приваблених учасників або отриманих лідів. Результати оцінки допомагають вдосконалювати майбутні івенти та забезпечують високу якість організації. Організація івенту вимагає творчості, планування, деталізації та ефективного управління. Важливо враховувати, що успіх івенту залежить від того, наскільки він відповідає потребам та очікуванням учасників, а також наскільки він здатний забезпечити якісне враження та позитивний вплив. При плануванні івенту необхідно уважно аналізувати цільову аудиторію, визначати мету та об'єктиви івенту, обирати відповідні формати та методи взаємодії, а також враховувати бюджетні обмеження. «Рішення про проведення заходу на основі сприйнятої ідеї має містити мету – те, чого хоче досягнути організатор у кінцевому результаті, зокрема як глобальне досягнення у стратегічному розвитку (новий продукт, інноваційні технології, залучення інвестицій, активізація уваги до компанії на ринку, престиж, імідж тощо). Інші заходи можуть передбачати мету щодо прояву особистості колективу, суспільно-соціального чи політичного процесу, приватного інтересу» [21, С. 4].

Фактично, за рахунок унікальної атмосфери та обстановки івенти створюють особливе відчуття та емоції, яка відрізняє їх від повсякденних подій. Цього можна досягти за допомогою освітлення, декору, звуку та візуальних ефектів, що сприяють загальному настрою та тематиці заходу. Вибір місця також відіграє важливу роль у формуванні атмосфери заходу, оскільки різні місця пропонують унікальні умови та середовище. Залучаючи учасників, події створюють відчуття причетності, зміцнюють зв'язки та залишають незабутні враження. Спільнота та соціальний вплив: події часто об'єднують людей, створюючи відчуття спільності та спільного досвіду. Вони можуть мати значний соціальний вплив, сприяючи культурному обміну, сприяючи діалогу та вирішуючи соціальні проблеми. Громадські заходи, збори коштів і фестивалі сприяють згуртованості та добробуту суспільства. Події є потужним інструментом для спілкування людей, обміну знаннями та створення незабутніх вражень. Вони відіграють життєво важливу роль у різних аспектах нашого життя, починаючи від особистих свят і закінчуючи професійним розвитком і збагаченням суспільства. «На сьогодні івент-компанії на ринку сучасного дозвілля створюють такі послуги, які користуються попитом у населення та відповідають високим вимогам. Конкуренція на ринку сприяє створенню нового, якісного продукту дозвіллевої культури. Змушує нести у собі певну цінність, адже сучасний споживач вже не сприймає другорядних послуг, що не несуть у собі якісної цінності» [20, С. 32].

Отже, івент є важливим інструментом для залучення уваги громадськості до різних тем, продуктів та послуг. Він має різні функції та форми проведення, але важливим аспектом є планування та проведення, яке повинно бути організованим та забезпечувати високу якість взаємодії між учасниками та організаторами. Загалом, івенти є потужним інструментом для спілкування, розваг, освіти та просування. Вони створюють унікальні враження, залучають увагу, сприяють взаємодії та побудові спільноти, а також допомагають підвищити обізнаність про певний продукт, послугу або бренд.

## **1.2. Культурні принципи івент-менеджменту та їх роль у формуванні сучасних соціальних практик**

**Івент-менеджмент** (англ. event management) - це комплексна сфера, що охоплює планування, організацію, проведення та контроль заходів (івентів) з метою досягнення поставлених цілей. Це динамічна й багатогранна область, яка поєднує в собі елементи маркетингу, проектного менеджменту, логістики, PR, творчості та багато чого іншого.

**Суть івент-менеджменту** полягає в створенні унікального та незабутнього досвіду для цільової аудиторії. Це не просто організувати чергове зібрання, а й врахувати всі деталі, щоб емоції та враження учасників від заходу відповідали очікуванням.

Сьогодні івент-діяльність є актуальною і перспективною професійною сферою, яка зорієнтована на комерційну складову, підприємницьку комунікацію, активізацію цільових груп. Індустрія свят виникла на початку XIX ст. як одна зі складових індустрії MICE (Meeting Incentive Conference Events). Вона започаткована в США та Великій Британії і являє собою сукупність спеціалізованих підприємств, діяльність яких зорієнтована на забезпечення потреб в організації ділових заходів, зокрема ділового туризму, а саме конференцій, виставок, корпоративних свят тощо [12, С. 5].

Сучасний івент-менеджмент відіграє значну роль у соціокультурній та економічній сферах, забезпечуючи учасникам ринку платформи для взаємодії та пропонуючи широкий спектр ефективних технологій для розвитку різних видів суспільної діяльності. Івент-діяльність традиційно насичена культурним змістом, що підкреслює її соціокультурний вимір. Поміж цих функцій найголовнішими є такі:

1. Художньо-естетична: реалізується через організацію різноманітних заходів (свят, церемоній, концертів, шоу-програм тощо), які, використовуючи різноманітні художні засоби та прийоми драматургії і театралізації, передають суспільно важливий досвід, дозволяють естетично сприймати дійсність та впливають на формування вподобань і пріоритетів широких мас. З художньо-естетичною функцією пов'язана гедоністична функція (від грец. *hídōnē* – насолода), яка полягає в естетичному задоволенні, що його отримує учасник, сприймаючи захід як мистецьке явище.

2. Комунікативна: забезпечує обмін інформацією, поширення ідей (масова комунікація), встановлення особистих контактів (міжособова комунікація), є дієвим інструментом для реалізації бізнес-завдань (маркетингові комунікації) і досягнення політичних цілей (політичні комунікації). Вона також організовує зворотний зв'язок та взаємодію між усіма учасниками. Івент-комунікації розглядаються фахівцями як пріоритетний спосіб взаємодії під час організації та проведення заходів.

3. Аксиологічна (від грец. *αξία* – цінність і *λόγος* – слово, вчення): спрямована на передавання та формування системи цінностей і суспільних орієнтирів під час проведення заходів. Вона тісно пов'язана з ідеологічною функцією, яка формує світоглядні ідеї, та з функцією культурної пам'яті, що спрямована на збереження соціального і культурного досвіду, здобутків та традицій.

4. Науково-освітня: реалізується через теоретичні та прикладні дослідження в галузі івент-менеджменту. Заходи використовуються як інструменти науково-освітньої діяльності (економічні і соціологічні дослідження, опитування під час заходів), забезпечуючи обмін досвідом, здобуття професійних знань і навичок, підвищення кваліфікації (семінари, конференції, майстер-класи, тренінги).

5. Дозвіллева: спрямована на творчий розвиток вільного часу людей, організовуючи заходи, що забезпечують повноцінний відпочинок. Вони можуть мати активний, пасивний або практичний характер і враховують потреби різних цільових груп.

6. Психологічна адаптація: ця функція прагне досягти гармонії між індивідом і соціальним середовищем. У корпоративному секторі ця функція важлива для кадрового менеджменту і реалізується через різні заходи (корпоративні свята, вечірки, тренінги, ділові ігри, тимбілдинги), що допомагають працівникам адаптуватися до умов роботи, соціального середовища, налагоджувати міжособистісні стосунки в колективі та розвивати свої професійні й особисті якості. Вона пов'язана з функцією мотивації, яка створює мотиваційне середовище для ефективної професійної діяльності і творчої реалізації потенціалу персоналу.

7. Публічного дискурсу: В умовах зростаючої конкуренції в публічному медійному просторі особливо важливою є функція публічного дискурсу. Захід у цьому контексті виступає як науково розроблена технологія, що запускає дискусію в інформаційне поле. Це дозволяє суспільству обговорювати важливі теми з різних сфер соціальної практики (політика, бізнес, релігія, мистецтво), сприяє просуванню брендів, передачі ідей та управлінню соціальними процесами через спеціально організовані івенти.

8. Економічна: поповнення доходної частини державного бюджету, забезпечення роботою населення, особливо людей із креативним мисленням [12, С. 6 - 9].

В *додатках А та Б* наводяться класифікації івентів.

Окрім вищезгаданих класифікацій, важливо розглянути й інші аспекти, які впливають на організацію івентів, такі як тематика заходу, його масштаб, залучення ресурсів та використання сучасних технологій. Наприклад, з появою

цифрових технологій значно розширилися можливості для проведення віртуальних та гібридних заходів, що поєднують фізичну присутність і онлайн-участь. Це дозволяє охоплювати ширшу аудиторію та зменшувати витрати на логістику.

Іншим важливим аспектом є інтеграція івент-менеджменту з маркетинговими стратегіями компаній. Заходи можуть слугувати ефективними інструментами для просування бренду, залучення нових клієнтів та зміцнення стосунків з наявними партнерами. Успішні івенти здатні створювати емоційні зв'язки з аудиторією, що підвищує лояльність до бренду та стимулює подальші комерційні успіхи.

Не менш важливим є екологічний аспект організації заходів. Зростаюча увага до сталого розвитку стимулює івент-менеджерів впроваджувати екологічно дружні практики, такі як зменшення використання пластику, забезпечення ефективного управління відходами, енергозбереження та підтримка локальних виробників і постачальників.

У сучасних умовах івент-менеджмент також стикається з викликами безпеки, зокрема в період активного розповсюдження пандемії COVID-19 та повномасштабного вторгнення Росії в Україну. Організатори змушені враховувати нові санітарні норми та забезпечувати відповідні заходи безпеки, облаштовувати укриття, щоб захистити здоров'я та життя учасників.

Таким чином, івент-менеджмент є складною і багатогранною сферою діяльності, яка вимагає від фахівців глибоких знань, креативності, вміння працювати в умовах високого стресу та здатності адаптуватися до швидко змінюваних обставин. Успіх у цій сфері досягається через поєднання професіоналізму, інновацій та здатності передбачати і відповідати на потреби цільової аудиторії.

## РОЗДІЛ II.

### СОЦІОКУЛЬТУРНІ МЕХАНІЗМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ІВЕНТІВ

#### **2.1. Етапи підготовки та впровадження івентів у культурному середовищі**

Процес організації івенту є багатограним і вимагає детального планування та ефективної координації. Успішне проведення заходу залежить від ретельного опрацювання всіх його складових, починаючи від концептуального задуму і закінчуючи аналізом результатів після завершення. Кожен етап підготовки вимагає уваги до деталей і передбачає вирішення різноманітних завдань, які в сукупності забезпечують гладке та ефективне проведення івенту.

Загалом, планування заходів – це процес організації та управління різноманітними заходами, від невеликих зустрічей до великих конференцій, концертів. Це включає оцінку бюджетів, створення графіків, бронювання місць, залучення спікерів, отримання необхідних дозволів, організацію харчування та транспорту і багато іншого. Якщо у заходу є тема, її також потрібно розробити. Крім того, потрібно буде забезпечити необхідні ресурси для успішного проведення заходу.

Саме тому організація та реалізація ефективного івент-проекту вимагає злагодженої роботи і координації всіх учасників: творчої команди, технічних служб (сцена, звук, світло, піротехніка), артистів, а також інших учасників, таких як хостеси, кейтеринг, дизайнери, охоронні служби, водії тощо. Важливо врахувати всі можливі фактори та зміни, які можуть виникнути не тільки під час підготовки, але й безпосередньо під час проведення івенту. Необхідно чітко визначити завдання і шляхи їх реалізації, розподілити обов'язки серед членів команди та проконтролювати їх виконання. Також важливо налагодити комунікації з підрядниками, ЗМІ, спонсорами та меценатами, забезпечити рекламну та інформаційну підтримку заходу, а також сформувати і дотримуватися

бюджету. Вчасне та якісне виконання всіх цих дій є запорукою успішної реалізації івенту будь-якої складності, формату та масштабу [12, С. 95].

Команда організаторів та залучені підрядники можуть варіюватися в залежності від концепції та масштабності івенту. Надається приклад з потенційно максимальною участю різних ролей та обов'язків.

### **Команда організаторів:**

1. Event-менеджер – головна особа, яка координує всі аспекти заходу, відповідає за стратегічне планування та загальний контроль. Вона розробляє концепцію заходу, визначає цілі, формує бюджет, підбирає команду та стежить за виконанням завдань на всіх етапах.

2. Креативна команда – складається з дизайнерів, режисерів, сценаристів і продюсерів, які розробляють концепцію івенту, включаючи сценографію, тематику та загальний візуальний стиль заходу.

3. Координатор волонтерів – набирає волонтерів, проводить інструктажі, розподіляє обов'язки та контролює їх роботу під час заходу.

4. HR-менеджер – відповідає за підбір персоналу, формує графіки роботи, проводить тренінги та мотиваційні зустрічі, слідкує за виконанням обов'язків співробітниками.

5. Технічний директор – координує всі технічні аспекти заходу, включаючи встановлення та налаштування обладнання (звук, світло, сцена). Він працює з технічною командою, звукооператорами та світлотехніками, щоб забезпечити належне технічне забезпечення.

6. Комунікаційний менеджер – відповідає за внутрішню та зовнішню комунікацію, зворотний зв'язок, роботу з соціальними мережами та медіа. Вона також забезпечує зв'язок з партнерами та спонсорами.

7. Маркетингова команда – розробляє і реалізує маркетингові стратегії для просування заходу. Вони відповідають за рекламу, PR-кампанії, контент для соціальних мереж, сайтів та інших медіа.

8. Координатор з харчування – взаємодіє з кейтеринговими службами, контролює якість їжі та напоїв, організовує процеси обслуговування учасників заходу.

9. Фінансовий менеджер – контролює бюджет заходу, стежить за витратами, обробляє платежі та звітує про фінансовий стан проекту.

10. Координатор безпеки – відповідає за забезпечення безпеки учасників, організовує охорону, розробляє та впроваджує системи контролю доступу.

11. Дизайнери – займаються оформленням простору, розробляють декорації, інфографіку, інформаційні матеріали та інші візуальні елементи заходу.

#### **Залучені зовнішні підрядники:**

1. Кейтерингова компанія – забезпечує харчування та напої для учасників заходу, надає обслуговуючий персонал.

2. Технічні служби – встановлюють і налаштовують аудіо- та відеообладнання, освітлення, сценічне обладнання.

3. Артисти та ведучі – запрошені гості, виконавці, спікери або ведучі, які є ключовими елементами програми івенту. Їх завдання – створити незабутню атмосферу і залучити аудиторію.

4. Хостеси – забезпечують зустріч і супровід гостей, надають їм необхідну інформацію та допомогу протягом усього заходу.

5. Охоронні служби – забезпечують безпеку під час заходу, контролюють доступ до локації, патрулюють територію.

6. Медичний персонал – забезпечує медичну допомогу на випадок надзвичайних ситуацій.

7. Партнери та спонсори – фінансують захід, забезпечують рекламну та інформаційну підтримку, надають необхідні ресурси.

8. Постачальники послуг (друкарні, транспортні компанії тощо) – забезпечують необхідні матеріали, транспортні послуги, друк інформаційних матеріалів та іншого контенту.

Співпраця всіх цих учасників та зовнішніх підрядників у рамках чітко визначених обов'язків та ефективної комунікації забезпечить успішне проведення заходу, задоволення потреб усіх учасників та досягнення поставлених цілей.

План заходу визначає, як саме буде реалізовано захід. Він охоплює всі компоненти заходу, такі як дати початку і закінчення, бюджет, місце проведення, маркетинг, учасники та інше. Організація всіх цих аспектів, особливо для великих заходів, вимагає потужного програмного забезпечення для управління проектами. Основні етапи підготовки до івенту можна умовно поділити на декілька ключових кроків:

1. Визначення цілей та завдань івенту допомагає потрібно чітко зрозуміти, чому організовується захід, які його основні цілі (наприклад, підвищення обізнаності про бренд, збільшення продажів, навчання персоналу тощо) та які результати очікуються.

2. Розробка детального плану підготовки івенту, що включає створення бюджету, визначення джерел фінансування, а також розподіл коштів на різні потреби заходу (оренда місця, технічне забезпечення, кейтеринг, реклама тощо).

3. Пошук та резервування відповідного місця для проведення івенту, яке відповідає очікуванням за розміром та технічними можливостями. Також потрібно визначити оптимальну дату проведення заходу, враховуючи доступність локації та потенційних учасників.

4. Створення детального розкладу івенту, що включає час та послідовність виступів, презентацій, розваг тощо. Також потрібно затвердити список спікерів та учасників, які будуть брати участь у заході.

5. Розробка маркетингової стратегії для залучення учасників, що може включати створення веб-сайту заходу, просування в соціальних мережах, розсилку запрошень та прес-релізів, а також рекламні кампанії в медіа.

6. Організація всіх необхідних логістичних та технічних аспектів, таких як транспорт для учасників, оренда обладнання, забезпечення звуку та освітлення, установка декорацій тощо.

7. Набір та координація роботи команди, яка буде займатися організацією та проведенням івенту, включаючи технічний персонал, кейтеринг, охорону, волонтерів та інші необхідні служби.

8. Регулярне проведення зустрічей з командою, моніторинг виконання завдань та коригування плану при необхідності. Також важливо передбачити резервні варіанти на випадок непередбачених обставин.

9. Безпосереднє проведення заходу згідно з розробленим планом та розкладом, забезпечення всіх необхідних умов для учасників та гостей.

10. Оцінка результатів заходу, збір зворотного зв'язку від учасників, аналіз досягнення поставлених цілей та розробка рекомендацій для покращення майбутніх івентів.

Ці етапи допоможуть забезпечити систематичний підхід до організації івенту та сприятимуть успішній реалізації заходу будь-якої складності.

Етапи впровадження івенту включають наступні ключові кроки:

**1. Підготовка місця проведення:**

- Перевірка готовності локації до заходу.
- Організація необхідного обладнання (сцена, звук, освітлення, технічні засоби).
- Забезпечення належної декорації та оформлення простору відповідно до тематики івенту.

**2. Робота з персоналом та волонтерами:**

- Проведення інструктажів для всіх учасників команди.

- Розподіл обов'язків та задач серед персоналу.
  - Контроль роботи волонтерів та інших служб під час заходу.
3. **Зустріч та реєстрація гостей:**
- Організація точок реєстрації та зустрічі учасників.
  - Забезпечення наявності бейджів, програм та інших матеріалів для гостей.
  - Координація руху учасників у межах локації.
4. **Технічне забезпечення заходу:**
- Перевірка та налагодження технічного обладнання (мікрофони, проектори, комп'ютери).
  - Підготовка аудіо- та відеоматеріалів для показу.
  - Забезпечення роботи технічної підтримки протягом заходу.
5. **Організація харчування та напоїв:**
- Координація роботи кейтерингу.
  - Розміщення точок харчування та напоїв у зручних для учасників місцях.
  - Контроль якості обслуговування та дотримання санітарних норм.
6. **Безпека та охорона:**
- Забезпечення присутності охоронних служб.
  - Організація системи контролю доступу до місця проведення заходу.
  - Забезпечення безпеки учасників та гостей.
7. **Комунікація та зворотній зв'язок:**
- Організація точок зворотного зв'язку для гостей (анкетування, інтерв'ю).
  - Моніторинг соціальних мереж та інших платформ для отримання зворотного зв'язку.
  - Швидке реагування на запити та пропозиції учасників.
8. **Фінальні приготування та контроль якості:**
- Проведення останніх перевірок перед початком заходу.
  - Контроль виконання всіх завдань згідно з планом.
  - Вирішення можливих проблемних ситуацій на місці.

## 9. **Проведення заходу:**

- Реалізація запланованої програми івенту.
- Координація роботи всіх служб та команд.
- Забезпечення комфортних умов для всіх учасників.

## 10. **Завершення заходу та аналіз результатів:**

- Проведення заключного брифінгу з командою.
- Аналіз виконання завдань та досягнення поставлених цілей.
- Збір та обробка зворотного зв'язку від учасників.

### **2.2. Управління ризиками в контексті соціокультурної динаміки**

Ризик-менеджмент – це процес виявлення, оцінки та контролю фінансових, правових, стратегічних ризиків і ризиків безпеки для капіталу та прибутків організації. Ці загрози або ризики можуть виникати з багатьох джерел, включаючи фінансову невизначеність, юридичні зобов'язання, помилки стратегічного управління, аварії та стихійні лиха.

Ризик-менеджмент можна визначити як систему прийняття та виконання управлінських рішень, спрямованих на зменшення впливу наслідків реалізації ризиків на діяльність організації [4, С. 8].

В контексті організації заходу може здатися, що управління ризиками стосується лише питання безпеки, але це не так. Визначення «ризик» є досить широким і не обмежується лише інцидентами, пов'язаними з безпекою.

Управління ризиками для подій охоплює будь-які важливі події, які можуть піти не за планом під час події й саме тому ще під час розробки плану заходу проводиться аналіз потенційних ризиків та можливі шляхи їх уникнення чи вирішення:

- Погодні події (наприклад, йде дощ у день вашої події на відкритому повітрі).
- Події, пов'язані зі спікерами, як-от їх відсутність або запізнення.

- Проблеми з живленням, наприклад відключення електроенергії.
- Ризики, пов'язані з безпекою, як-от повітряна тривога, пожежа тощо.
- Подача алкоголю та чи контролюється він.

Наведений вище перелік ризиків аж ніяк не є вичерпним, оскільки ризики відрізняються залежно від типу події, місця проведення та впливу ризику.

Отже, управління ризиками подій – це практика оцінки ризиків до їх виникнення та розробки плану пом'якшення кожного з них шляхом запобігання та/або готовності. Зазвичай поєднання цих стратегій є найефективнішим підходом, особливо для більш значних ризиків.

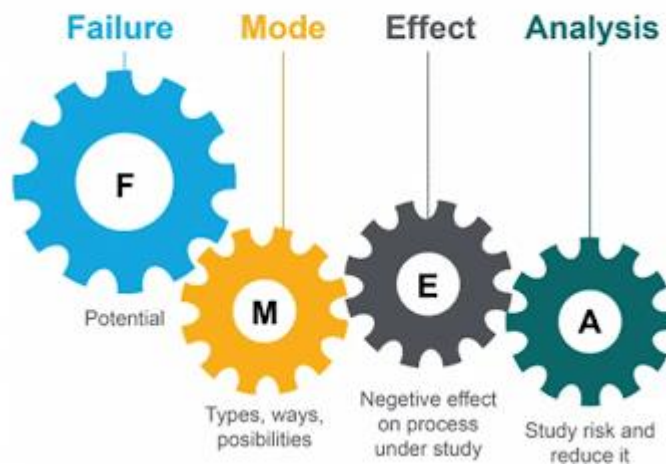
Ефективне управління ризиками також вимагає певного рівня пріоритезації ризиків за допомогою процесу, що називається аналізом ризиків. Це допомагає визначити важливість кожного ризику над іншим і дозволяє краще приймати рішення навіть за обмежених ресурсів.

Наприклад, принципи **FMEA(Failure Mode and Effect Analysis)**, суть якого закладена вже в назві:

**Failure Mode** — це дослідження ситуацій, в яких щось може вийти з ладу. Це охоплює виявлені дефекти та потенційні проблеми з надійністю. Кількісний і якісний аналіз відмов надає об'єктивне уявлення про ефективність процесів.

**Effect Analysis** — це оцінка наслідків виявлених збоїв, як у короткостроковій, так і в довгостроковій перспективах. Цей аналіз покращує

## FMEA



швидкість реагування та мінімізує наслідки відмов [14].

Предметом аналізу може бути окремий об'єкт (наприклад, одиниця устаткування або конструкційний компонент). Метод також використовується для виявлення недоліків в організації складних процесів (наприклад, управління ланцюжками постачання).

Практична сторона FMEA включає ранжування збоїв і помилок для визначення пріоритетних причин відмов та розробки стратегій запобіжних дій. Аналіз FMEA — це систематизований процес циклічного типу, який складається з кількох послідовних кроків:

- Поділ процесу на окремі етапи, а продукту — на окремі компоненти;
- Визначення можливих режимів відмови для кожного предмета аналізу;
- Визначення можливих наслідків відмови для параметрів процесу чи характеристик продукту;
- Оцінка серйозності наслідків відмови за шкалою від 1 до 10;
- Виявлення фундаментальних причин відмови;
- Оцінка частоти виникнення відмови за шкалою від 1 до 10;
- Визначення режимів виявлення, засобів контролю та інструментів запобігання відмови;
- Оцінка складності виявлення та контролю відмови за шкалою від 1 до 10;
- Ранжування відмов на основі показника пріоритетності ризиків (Risk Priority Number, RPN);
- Створення плану запобіжних дій для відмов із найвищим RPN;
- Призначення відповідальних осіб, реалізація плану запобіжних дій, актуалізація RPN [14].

Розрахунок Risk Priority Number здійснюють за такою формулою:

**RPN = серйозність наслідків × частота виникнення × складність виявлення та контролю.**

До того ж, ризики є окремим підпунктом у SWOT-аналізі, про який більш детальна інформація в наступному підрозділі.

В наш час штучний інтелект (ШІ) та машинне навчання (ML) все частіше використовуються для прогнозування та пом'якшення ризиків подій. Алгоритми ШІ можуть аналізувати великі обсяги даних, щоб виявити закономірності та передбачити потенційні проблеми, такі як зміни погоди, транспортні затримки або проблеми з безпекою. Цю інформацію можна використовувати для розробки планів пом'якшення ризиків та запобігання негативним наслідкам.

Інтерактивні інструменти управління ризиками стають дедалі популярнішими. Ці інструменти дозволяють організаторам подій створювати та керувати планами управління ризиками в режимі онлайн. Вони можуть включати функції для ідентифікації ризиків, оцінки їх ймовірності та впливу, а також розробки стратегій пом'якшення ризиків.

Управління ризиками стає все більш важливим для віртуальних та гібридних подій. Ці типи подій можуть мати унікальні ризики, такі як проблеми з технологіями, кібербезпекою та конфіденційністю даних. Організатори віртуальних та гібридних подій повинні ретельно планувати та реалізувати стратегії управління ризиками, щоб забезпечити безперебійний перебіг заходу.

Управління ризиками для подій – це сфера, що постійно розвивається. Організатори подій повинні бути в курсі нових тенденцій та технологій, щоб ефективно керувати ризиками та забезпечувати успіх своїх заходів.

### **2.3. Ключові культурні фактори успішної реалізації івентів**

Організація успішного заходу – це складний процес, який потребує синхронізації величезної системи, яка складається з великої кількості елементів по

типу ретельного планування, організованості, уваги до деталей та надання чудового досвіду для учасників.

Для початку, пропоную розглянути еталонну модель організації заходів Олівера Томаса, яка слугує шаблоном стандартизації процесу управління заходами від початкового планування до виконання та оцінки. Ця модель спрямована на підвищення результативності та ефективності завдяки чітким інструкціям та орієнтирам, що сприяють кращій координації та комунікації серед усіх зацікавлених сторін, включаючи агенства з організації заходів, постачальників послуг та спонсорів.

Основні моменти роботи Олівера Томаса «Reference Model-Based Event Management» полягають у створенні та використанні референтних моделей для управління подіями. Референтні моделі служать шаблонами або орієнтирами, які допомагають стандартизувати і оптимізувати процеси планування, проведення та контролю заходів.

1. Референтна модель забезпечує структуроване управління подіями від початкової ідеї до завершення, підтримуючи стратегічне планування, виконання і контроль заходів. Це призводить до підвищення прозорості інформації та зниження витрат. «Потенціал такого програмного рішення полягає в тому, що воно забезпечує максимально можливу інформаційну та фінансову прозорість. Підвищення ефективності та результативності, яке стане результатом використання такого інструменту для планування, проведення та контролю заходу, можна порівняти з використанням відповідних систем в управлінні ланцюгами поставок» [41].
2. Використання інформаційних систем для підтримки управління подіями сприяє кращій координації і комунікації між учасниками процесу, такими як агенства подій і постачальники послуг, а також забезпечує прозорість для замовників. «Системи управління подіями, що розуміються тут як інформаційні системи, які використовуються для підтримки управління

подіями, повинні функціонувати як посередник між бізнес-структурами маркетингу, менеджменту та інформаційних технологій»[41].

3. Однією з головних переваг референтних моделей є можливість їх повторного використання та адаптації для конкретних проектів, що знижує час і витрати на розробку індивідуальних рішень. «Можливість орієнтуватися на технічний зміст таких еталонних моделей обіцяє користувачам моделі економію часу і витрат, а з іншого боку, якість моделі, що будується, а отже, і якість програмного забезпечення, заснованого на цій моделі, може бути підвищена за рахунок використання еталонної моделі» [41].
4. Референтна модель також передбачає впровадження методів контролю на всіх етапах управління подіями для забезпечення їхньої стійкості та успішного завершення. «Необхідно, щоб заходи контролю здійснювалися на всіх етапах процесу управління заходами, щоб гарантувати стійкість заходу. Таким чином, необхідні адекватні альтернативи для документування та забезпечення відповідних методів контролю» [41].
5. Існуючі підходи до управління подіями часто не мають стандартних форм представлення, що ускладнює їх адаптацію та застосування на практиці. «Маркетингово-орієнтовані дослідження зосереджуються на поясненні взаємозалежностей, які, як правило, складаються за допомогою маркетингових досліджень. Форми представлення, які тут використовуються, майже не стандартизовані і обмежують значення введених понять, що ускладнює адаптацію до конкретних застосувань» [41].

Ці тези ілюструють важливість розробки та впровадження референтних моделей для ефективного управління подіями, що сприяє підвищенню їх прозорості, зниженню витрат і підвищенню ефективності всього процесу.

По-друге, при плануванні та контролі діяльності можна скористатися зовнішніми та внутрішніми дослідженнями:

1. Використання попереднього досвіду замовників, організаторів і підрядників.
2. Swot-аналіз та інтерпретація власних даних:

**SWOT-аналіз** - це цінний інструмент, який застосовується у процесі стратегічного планування й ідеально підходить для організації заходу. Він може допомогти спланувати та реалізувати успішний захід, адже дозволяє систематично оцінити сильні (Strengths) та слабкі (Weaknesses) сторони, можливості (Opportunities), що відкриваються при його реалізації та загрози (Threats) нахталт зовнішніх факторів, які можуть зашкодити проведенню.



- Анкетування та опитування учасників
- Інтерв'ю та фокус-групи як інструменти збору якісної інформації
- Особливості дослідження за допомогою експертної думки [15, С. 44].

Проте, варто пам'ятати, що не існує універсального підходу до організації івентів. Специфіка кожного заходу потребує індивідуального планування та адаптації загальних принципів. Тому, окрім вивчення загальних факторів успіху, важливо враховувати тип заходу, цільову аудиторію, бюджет, доступні ресурси та інші особливості.

На мою думку, найефективніше працює аналіз досвіду та огляд рішень, які вже успішно вирішували ризикові ситуації в минулому. Водночас, використання інструментів для аналізу є корисним навіть у відсутності неочікуваних ситуацій, оскільки це допомагає підготуватися до можливих викликів.

Найголовнішим фактором успіху є рівень залученості учасників та їхні враження від заходу. Важливо забезпечити захоплення аудиторії, оскільки саме це визначає загальний успіх івенту.

Отже, розуміння потреб та вподобань цільової аудиторії (ЦА) – це ключовий фактор успіху будь-якого заходу. Аналіз задоволеності ЦА дозволяє організаторам отримати цінну інформацію про те, що сподобалося та не сподобалося учасникам, що дає можливість вдосконалювати майбутні події та здобувати визнання серед аудиторії.

Сьогодні існує безліч технологій, які можна використовувати для аналізу задоволеності ЦА заходом. Найбільш популярними є:

### **1. Опитування:**

- **Онлайн-опитування:** Це простий і зручний спосіб зібрати відгуки від великої кількості учасників. Їх можна розсилати електронною поштою, розміщувати на веб-сайті або у мобільних додатках.
- **Опитування після заходу:** Ці опитування проводяться одразу після закінчення заходу, коли враження учасників ще свіжі.
- **Опитування з інтервалом:** Ці опитування проводяться через деякий час після заходу, щоб отримати більш довгострокові відгуки.

### **2. Інтерв'ю:**

- **Індивідуальні інтерв'ю:** Це дає можливість глибше зрозуміти думки та почуття учасників.
- **Фокус-групи:** Ці інтерв'ю проводяться з невеликими групами учасників, що дозволяє їм ділитися своїми враженнями та ідеями один з одним.

### **3. Аналіз соціальних мереж:**

- **Моніторинг згадок про подію:** Це дозволяє організаторам бачити, що люди говорять про подію в соціальних мережах.

- Аналіз настроїв: Цей аналіз використовується для визначення того, чи є відгуки про подію позитивними, негативними чи нейтральними.

#### **4. Інструменти відстеження:**

- Системи реєстрації: Ці системи дозволяють організаторам відстежувати, хто зареєструвався на подію, а хто ні.
- Інструменти відстеження участі: Ці інструменти дозволяють організаторам бачити, як учасники взаємодіють з подією, наприклад, скільки часу вони проводять на веб-сайті або у мобільному додатку.

#### **5. Інструменти візуалізації даних:**

- Дашборди: Ці інструменти дозволяють організаторам візуалізувати дані про задоволеність ЦА, що полегшує їх аналіз та розуміння.
- Звіти: Ці звіти надають організаторам більш детальну інформацію про задоволеність ЦА.

Використання цих технологій може допомогти організаторам:

- Визначити сильні та слабкі сторони заходу.
- Зрозуміти, що сподобалося та не сподобалося учасникам.
- Визначити сфери, які потребують покращення.
- Прийняти обґрунтовані рішення щодо майбутніх подій.
- Здобути визнання серед аудиторії.

## РОЗДІЛ III.

### СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ІВЕНТ-ІНДУСТРІЇ ЯК СФЕРИ КУЛЬТУРНОГО ВИРОБНИЦТВА

#### **3.1. Івент-індустрія в Україні: культурні виклики та перспективи розвитку**

Івент-індустрія є важливою складовою сучасного бізнесу та розваг. Вона займається організацією різноманітних подій, таких як конференції, виставки, фестивалі, корпоративні заходи тощо. Україна не є винятком і відзначається активним розвитком івент-індустрії в останні десятиліття.

Історія івент-індустрії в Україні почалася в 1990-х роках після отримання незалежності країною. У цей період івент-індустрія була досить неструктурованою та малорозвиненою, проте з часом ситуація почала змінюватися. За останні роки було зроблено значні зусилля для розвитку івент-індустрії в Україні, що призвело до створення нових компаній та збільшення кількості заходів. «За період свого становлення ринок значно змінився не лише кількісно, але й якісно, зокрема, підвищилась якість послуг, розширився спектр послуг, застосовується гнучка цінова політика компаній, самі заходи поступово починають набувати європейського рівня. Хоча існують і певні труднощі. Як зазначає Наталля Чижова «Івент в Україні – це ринок з високою конкуренцією, але низькою культурою» Серед основних проблем розвитку івент-менеджменту вона називає: відсутність на ринку площадки для комунікації агенств, неготовність українських клієнтів до креативних рішень, недостатню кількість кваліфікованих фахівців» [24, С. 3].

Наприклад, у 2019 році в Україні було проведено понад 2000 івентів, які зібрали більше 2 мільйонів учасників з усієї країни та з-за кордону. Івент-індустрія зростає не тільки в кількісному, але й якісному плані. Заходи стають більш технологічними, інтерактивними та адаптованими до потреб цільової аудиторії.

За словами керівника однієї з провідних івент-агенцій в Україні, Анастасії Ковальнової: «В Україні відбувається становлення молоді та амбітної івент-індустрії, яка дуже швидко розвивається та здатна змінюватися під час кризових ситуацій. Зараз ми спостерігаємо стрімкий розвиток віртуальних та онлайн-івентів, які є відповіддю на ситуацію з пандемією COVID-19 та обмеженнями на проведення масових заходів. Однак, навіть під час карантину, івент-індустрія не зупиняється і продовжує працювати на різних форматах.

Важливим фактором успіху івент-індустрії в Україні є висока кваліфікація фахівців у галузі, які володіють сучасними технологіями та знаходять інноваційні рішення для втілення ідей клієнтів у життя. «Труднощі суспільно-політичних обставин в декілька разів підсилюють полярність культурного середовища, відтак і сприяють динаміці культури. Культуротворення є динамічним процесом особистісної самореалізації, що має вплив на утворення та властивості розвитку культурного середовища як простору культури. Популяризування ж, своєю чергою, утруднюється впливом інформаційних технологій, які дуже пришвидшують усі культурні та мистецькі процеси, бо стають впливовим комунікативним інструментом. З огляду на дуже суперечливий та антиномічний розвиток української культури як загалом, так і на регіональному рівні, якраз названа концепція стає дієвим інструментом для оцінювання та усвідомлення значної частини культурних явищ» [28, С. 3].

За даними дослідження, проведеного агенцією AdIndex, найпопулярнішими типами івентів в Україні є конференції та семінари, фестивалі та мистецькі події, корпоративні заходи та бізнес-зустрічі.

Загалом, івент-індустрія в Україні є перспективною та швидко розвиваючою галуззю, яка має великий потенціал для залучення інвестицій та розвитку туристичного бізнесу в країні.

Українські компанії, які займаються організацією івентів, також активно використовують інноваційні технології та співпрацюють зі світовими партнерами.

Наприклад, українська компанія ELEKS була обрана для розробки офіційного мобільного додатку для UEFA EURO 2012, який був використаний під час проведення цього футбольного чемпіонату в Україні та Польщі.

Одним з ключових трендів, що відбуваються в івент-індустрії в Україні, є зростання популярності онлайн-івентів. Це пов'язано зі збільшенням кількості людей, які користуються Інтернетом, а також з тим, що багато івентів, які раніше відбувалися офлайн, були перенесені в онлайн через пандемію COVID-19. За даними дослідження Deloitte, попит на онлайн-івенти зріс у 2020 році в середньому на 35%.

Ще одним важливим трендом є зростання інтересу до сталого розвитку та зеленої івент-індустрії. Компанії все більше звертають увагу на екологічні аспекти при проведенні заходів та впроваджують екологічно чисті технології та практики. Наприклад, у 2018 році у Києві відбувся перший зелений івент - «Green Wave Forum», який був організований з метою підвищення обізнаності про стале споживання та екологічні проблеми.

Загалом, івент-індустрія в Україні продовжує розвиватися та пристосовуватися до змінних умов. Це дозволяє їй зберігати свою важливість як для бізнесу, так і для суспільства в цілому. «Художня культура відіграє в даному процесі важливу роль, бо, опираючись на емоційному досвіді, спроможна утворювати аксіологічну систему цінностей, що має вплив як на особистісну програму розвитку громадянина, так і на створення культури нації загалом. Мистецькі івент-заходи є системою діянь, які скеровані на утворення естетичних вподобань, що допомагає людині самореалізуватися. У цьому контексті мистецькі заходи, що ініціювали як офіційні установи, так і громадські організації, меценати та волонтери, професіонали та аматори, стають реальним фактором впливу на утворення культурного середовища регіону, зумовлюючи його властивості» [28, С. 4].

Загалом, івент-індустрія в Україні є важливою складовою розвитку економіки країни та має великий потенціал для залучення інвестицій та створення нових робочих місць. Для успішної роботи в цій галузі важливо постійно вдосконалювати кваліфікацію фахівців та використовувати нові технології та інноваційні підходи.

На початку 2022 року в Україні відбулося декілька важливих івентів, серед яких можна виділити:

1. «Forum One Ukraine» - міжнародний форум з економічних та політичних питань, що проходив з 1 по 3 лютого в Києві. Учасники обговорювали теми, такі як міжнародні відносини, економічний розвиток, інвестиції та технології. Форум зібрав більше 1500 учасників з різних країн світу.

2. «Kyiv Fashion» - міжнародна виставка моди, що відбулася з 2 по 4 лютого в Києві. На виставці були представлені колекції відомих українських та закордонних дизайнерів, а також новітні технології в галузі моди та текстилю.

3. «Lviv Coffee Festival» - щорічний фестиваль кави, який проводиться у Львові з 2015 року. У 2022 році фестиваль відбувся з 17 по 20 лютого та зібрав близько 40 тисяч відвідувачів. На фестивалі було представлено більше 100 кавових майданчиків, а також проводилось багато майстер-класів та дегустацій.

4. «IT Arena» - міжнародна конференція з IT-технологій, що відбулася з 22 по 24 лютого у Львові. Конференція збрала більше 3000 учасників з різних країн світу. Учасники обговорювали теми, такі як штучний інтелект, блокчейн, кібербезпека та інші актуальні питання.

5. «На\_часі» – культурний молодіжний фестиваль, який проходить у різних історико-популярних місцях, влаштовуючи концерти з різнобарвним лайн-апом, лекції, конференції, воркшопи, гаражні сейли,

сеанси татуювання, художні виставки, чайні церемонії і тд. Мета фестивалю є об'єднати та популяризувати український культурний сегмент у маси та дати 2-е дихання вже застарілим трендам. Цей фестиваль з'явився влітку 2022-го року, і за рік набрав широких обертів і зібрав велику різнобічну аудиторію і увагу громадськості.

Ці івенти стали важливими подіями для різних галузей бізнесу та культури в Україні та дозволили учасникам отримати нові знання та досвід. «Варто зазначити, що в Україні проводяться також івент-заходи, які здатні трансформувати свідомість значної кількості людей відразу та сприяти популяризації національної культури. Такі івентзаходи взагалі можуть вивести сприйняття івенту на новий рівень» [10, С. 4].

Ще одним важливим івентом, який відбувся в Україні в березні 2022 року, був міжнародний фестиваль сучасної музики «Resonances» Фестиваль проводився з 10 по 13 березня у Львові та зібрав більше 200 музикантів з різних країн світу. На фестивалі було представлено більше 20 концертів та виставок, серед яких були виступи оркестрів, камерних ансамблів та сольних виконавців. Програма фестивалю включала різноманітні жанри сучасної музики, такі як електронна музика, експериментальна музика, нова музика та інші. Фестиваль «Resonances» є одним з найбільших івентів сучасної музики в Україні та є важливим культурним заходом, що пропагує сучасну музику серед широкої аудиторії.

Іншим важливим івентом, який відбувся в Україні в квітні 2022 року, була міжнародна виставка сучасного мистецтва «Art Kyiv Contemporary» Виставка відбулася з 8 по 10 квітня в Києві та була присвячена сучасному мистецтву в Україні та закордоном. На виставці були представлені різноманітні твори мистецтва, включаючи живопис, скульптуру, фотографію та інші форми мистецтва. Виставка привернула увагу широкої аудиторії та стала важливим культурним подією в Україні.

Ці івенти є прикладами різноманітних івентів, що проходять в Україні та сприяють розвитку різних галузей бізнесу та культури. Вони дозволяють учасникам отримати нові знання та досвід, сприяють популяризації культури та мистецтва, а також залученню інвестицій у розвиток різних сфер господарювання. «І, зрештою, івент-технологія є трансформацією заходу за допомогою використання певних допоміжних, креативних, інноваційних ефектів у виняткову подію з точки зору відвідувачів, організаторів та виконавців. Базисом успіху івент-технологій виступають нерозривні дії, які мають бути наперед сплановані, далі — синхронізовані та блискуче виконані. Головним аспектом є саме організація й злагоджена робота персоналу в усіх напрямках, надійність технічних засобів, доступність різноманітних послуг, які забезпечують комфорт та сприйняття учасниками» [10, С. 3].

На жаль, через пандемію COVID-19, багато івентів були скасовані або перенесені на пізніші терміни. Однак, в Україні все ще проводяться віртуальні івенти, які дозволяють зберегти зв'язок між учасниками та забезпечити розвиток різних галузей.

Один з прикладів віртуального івенту, який відбувся в Україні в 2021 році, це міжнародна конференція з інформаційної безпеки «ZeroNights» Конференція відбулася в онлайн-форматі з 28 по 29 жовтня та зібрала більше 1000 учасників з різних країн світу. На конференції було представлено більше 40 доповідей від експертів з різних галузей, що працюють у сфері інформаційної безпеки. Учасники обговорювали сучасні тренди та виклики, що стоять перед інформаційною безпекою, а також ділилися досвідом та рекомендаціями з учасниками конференції. Цей приклад показує, що віртуальні івенти можуть бути ефективним способом для збереження зв'язку між учасниками та забезпечення розвитку різних галузей навіть в умовах пандемії.

Івент-індустрія в Україні продовжує розвиватися та ставати все більш важливою для економіки та культури країни. З роками вона отримує все більш

сучасні технології та формати проведення, що сприяє зростанню інтересу та популярності івент-індустрії в Україні та розвитку нових можливостей для бізнесу, культури та мистецтва. «Основна тенденція ринку послуг заключається у тому, що він переживає етап свого становлення і росту (на сьогоднішній день динаміка складає близько 30%). Серед загальних тенденцій – ріст попиту на спеціальні події та виникнення нових напрямків діяльності. Кадрова політика компаній стає більш жорсткою, однак збільшення вимог до працівників призвело до росту професіоналізму серед івенторів. Варто відзначити що у івент-ринку починає з'являтися свій стиль, підвищується якість послуг. Аналітики вважають, що висока конкуренція на івент-ринку призведе до зникнення слабких гравців, та залишить професіоналів, які будуть створювати креативні, повні фантазії заходи. Зростає рівень зацікавленості у добре підготовлених фахівцях» [20, С. 4].

Однак, важливо згадати про те, що успіх івент-індустрії в Україні залежить від багатьох факторів, включаючи ефективне управління, кваліфікованих фахівців, інноваційних технологій та якісних послуг. Тому, для подальшого розвитку івент-індустрії в Україні необхідно забезпечувати підтримку з боку держави та інвесторів, стимулювати творчість та інновації, а також забезпечувати безпеку та здоров'я учасників івентів.

У кінці кінців, івент-індустрія може стати одним з ключових елементів економіки України та зробити вагомий внесок у розвиток країни.

Отже, в Україні навіть попри всі негаразди, як пандемія COVID-19 і повномасштабна війна з росією, івенти продовжують створюватися і поглиблювати й популяризувати український культурно-освітній продукт у маси та надавати йому особливого забарвлення і нових сенсів, відповідно до викликів часу. Хоч умови проведення івентів стали важчими, і подекуди погіршується і якість у залежності від типу та характеру події, але митці, культурні менеджери, організатори та волонтери продовжують шукати шляхи для відображення нашої нової реальності та її естетики з надією на найкраще.

### **3.2. Культурна інтеграція молоді через івент-індустрію**

Відносини між культурною інтеграцією молоді та індустрією подій є динамічними та взаємовигідними. Культурна інтеграція стосується процесу змішування різноманітних культур, традицій і цінностей у згуртоване суспільство. Взаємозв'язок культурної інтеграції молоді та івент-індустрії відіграє важливу роль у формуванні сучасного суспільства. Культурна інтеграція передбачає об'єднання різних культурних груп та їх взаємодію, що сприяє зближенню людей, розширенню світогляду та пізнанню інших культур. Івент-індустрія, з свого боку, є сферою, яка організовує та проводить різноманітні культурні заходи, такі як фестивалі, концерти, виставки, конференції та інші події. Ці івенти часто стають майданчиком для спілкування та обміну ідеями між різними культурами і поколіннями. Вони надають можливість молоді відчувати багатство культурного спадку різних народів та знайти спільну мову з іншими учасниками. «Сучасні кризові умови спричинили низку змін у процесах української молодіжної культури. Зокрема, війна навчила українську молодь швидко реагувати на зміни, приймати рішення в умовах невизначеності, бути гнучкою, виявляти лідерські якості. Однак недостатньо просто реагувати на форс-мажор, коли він виникає. Необхідно розвивати культуру змін в організації, щоб процес адаптації до них був постійним. Варто інвестувати час і ресурси у внутрішні комунікації та стабільність команди. Під час гострих фаз кризи влаштовуйте регулярні дзвінки з командою для синхронізації дій, підтримки один одного та планування подальшої роботи. Своєчасне та регулярне спілкування всередині команди дозволить швидше адаптуватися до нових реалій і налаштувати робочий процес» [30, С. 2].

Організація культурних заходів сприяє створенню платформи для взаємодії молоді з різних соціальних, етнічних та культурних середовищ. Це допомагає знижувати стереотипи, усуває бар'єри між людьми та сприяє побудові відкритого та толерантного суспільства. Молодь має змогу висловити свої ідеї, погляди та

творчість через участь у різноманітних культурних проектах, що дозволяє їм активно впливати на суспільні процеси. Крім того, івент-індустрія сприяє популяризації культурної спадщини та традицій молодіжними шарами суспільства. Це може бути організація тематичних ф розділових заходів, які показують історію, мистецтво, традиції та культурні особливості різних народів.

Наприклад, фестивалі національних кухонь, демонстрації традиційного ремесла, виставки народної творчості та інші події, що спонукають молодь до вивчення та цінування різноманітності культурного спадку. Крім того, івент-індустрія може сприяти розвитку творчого потенціалу молоді, залучаючи їх до участі в організації та виконанні культурних заходів. Молоді люди мають можливість виявити свої таланти в галузі музики, танцю, театру, живопису та інших мистецтв, презентувати свої творчі досягнення широкій аудиторії. Це сприяє їх особистісному розвитку, підтримує самовираження та сприяє формуванню позитивного самоусвідомлення. Взаємозв'язок між культурною інтеграцією молоді та івент-індустрією також має економічні переваги. «Величезне місце діяльність івент-компаній займає не лише у бізнес-сфері, організації фестивалей та створенні культурного продукту, що відповідає тенденціям сучасності, а й займає особливе значення на ринку дозвілля молоді. Зважаючи на те, що молодість сприймається як найбільш сприятливий час для самореалізації та самоствердженні, івент-компанії досить прогресивно впроваджують величезну кількість послуг, що спрямована на задоволення потреб саме цієї прогресивної групи населення» [20, С. 36].

Організація культурних заходів привертає туристів та гостей, що сприяє розвитку туризму та гостинності в регіоні. Це створює робочі місця, сприяє розвитку малого та середнього бізнесу, стимулює економічний розвиток місцевості. Загалом, взаємозв'язок між культурною інтеграцією молоді та івент-індустрією є взаємовигідним. Він сприяє формуванню толерантного та розуміючого суспільства, сприяє розвитку творчих здібностей молоді, сприяє

збагаченню культурного спадку та підтримує економічний розвиток. Взаємодія з різними культурами через культурні заходи розширює світогляд молодих людей, розвиває їхню культурну чутливість та вміння працювати в багатокультурному середовищі. Для досягнення успіху в цьому взаємозв'язку, важливо планувати та організовувати івенти, які сприяють активному залученню молоді до культурної інтеграції. Такі заходи можуть включати різнобарвні культурні програми, майстер-класи, обміни молодіжними групами з різних країн, спільні творчі проекти та форуми, де молодь має можливість обговорювати теми, пов'язані з культурною спадщиною та інтеграцією.

Крім того, важливо забезпечити доступність культурних заходів для молоді з різних соціальних груп та етнічних меншин. Це може включати зниження вартості вхідних квитків, організацію безкоштовних заходів або спеціальні програми для участі у культурних проектах. Такі заходи повинні бути відкритими, інклюзивними та сприяти активній участі молоді, незалежно від їхнього соціального статусу, національності чи культурного походження. Загалом, взаємозв'язок між культурною інтеграцією молоді та івент-індустрією є взаємовигідним процесом, який сприяє розкриттю творчого потенціалу, формуванню толерантного суспільства та підтримує розвиток культурного туризму. Розмаїття культурних заходів привертає увагу туристів з усього світу, які бажають відкрити нові культури, спробувати національну кухню, насолодитися музикою та танцями. Це стимулює розвиток гостинності та інфраструктури туристичного сектору, сприяє зростанню туристичного потоку та популяризації міст і регіонів як культурних призначень. Організація культурних заходів також впливає на молодь, яка відчуває потребу в самореалізації та побудові своєї ідентичності. «Особливо несподівано і гостро метаморфозні соціальні події, можливі ідеали майбутнього висвітлювались в культурному просторі початку ХХ століття: в перші 20 років виникає і розвивається футуризм, авангардний напрямок в літературі та мистецтві як протест і предтеча супротиву сценаріям

масового суспільства і поп-культури. Страх перед невідомим прийдешнім, неможливість його подолання через усвідомлення глобального формату майбутніх змін, лише інтуїтивне відчуття обрисів і новизни простору і часу, що відкривається, провокували феєрію культурно-мистецьких прогнозів у вигляді проявів індивідуалізму, відмови від матеріальності, соціокультурного запиту образів сили та війни» [16, С. 40].

Івенти стають платформою для молоді, де вони можуть демонструвати свої таланти, навички та креативність. Це спонукає їх до активної участі у культурних проектах, формує в них почуття гордості за свою культурну спадщину та мотивує до її збереження та розвитку. Культурна інтеграція молоді через івент-індустрію також сприяє розвитку міжкультурного діалогу та співпраці. Участь в спільних проектах та заходах дозволяє молоді з різних культурних груп зустрітися, обмінятися досвідом, навчатися один від одного і побудувати довірливі стосунки. Це важливо для зміцнення соціальної єдності та побудови гармонійного суспільства, яке поважає та визнає різноманітність культур.

З іншого боку, індустрія подій охоплює широкий спектр заходів, таких як концерти, фестивалі, конференції та виставки, які об'єднують людей для спільного досвіду. Молодь, будучи майбутніми лідерами та впливовими особами суспільства, відіграє вирішальну роль у культурній інтеграції. Вони часто знаходяться в авангарді сприйняття та відзначення різноманітності, оскільки вони більше піддаються впливу різних культур і перспектив через глобалізацію, технології та збільшення мобільності. Як наслідок, їх ставлення та поведінка суттєво впливають на індустрію подій, формуючи її еволюцію та стимулюючи попит на інклюзивні культурні заходи. Одним із способів впливу культурної інтеграції молоді на індустрію заходів є сприяння попиту на різноманітні програми. Молоді люди частіше шукають заходи, які демонструють різноманітні культури, традиції та мистецтво. Вони цінують досвід, який дозволяє їм досліджувати та взаємодіяти з різними культурними практиками, музикою,

мистецтвом, кухнею та модою. У відповідь на цей попит організатори подій все більше включають мультикультурні елементи у свої пропозиції, куруючи склади, виставки та виступи, які відображають різноманіття їхньої аудиторії. Крім того, культурна інтеграція молоді спонукала індустрію подій надавати пріоритет інклюзивності та представництву. «Запросивши представників молодіжного культурного сектору внести пропозиції щодо оптимізації нинішнього кризового стану креативної індустрії, ми отримали такі наративи: припинення партнерства з країнами-лобістами російської агресії проти України, відкриття та активізація мистецької пропаганди. Українська культура, збільшення фінансової допомоги з боку міжнародних партнерів, інвесторів, діаспор, зміна та популяризація культурних тенденцій у національно-патріотичний контекст. З огляду на запропоновані перетворення, наслідками війни для виробників культурного продукту як в Україні, так і на між-народній арені, на думку більшості учасників опитування, може стати «підвищення попиту на український культурний продукт» [30, С. 3].

Соціальні медіа стали потужним інструментом для просування подій, що дозволяє організаторам охопити ширшу аудиторію та взаємодіяти з потенційними відвідувачами по всьому світу. Це також дозволяє відвідувачам ділитися своїм досвідом у режимі реального часу, посилюючи мультикультурні аспекти подій і надихаючи інших на участь. З іншого боку, індустрія заходів діє як каталізатор культурної інтеграції серед молоді. Події служать платформами для міжкультурного діалогу, сприяння розумінню, повазі та вшанування різних культур.

Відвідуючи мультикультурні заходи, молоді люди мають можливість дізнатися про інші традиції, цінності та перспективи. Такий вплив може кинути виклик упередженим думкам, зруйнувати стереотипи та сприяти співпереживанню та міжкультурному розумінню. Це дозволяє молодим людям розширити свій

світогляд і розвинути глобальне мислення, що є важливим у все більш взаємопов'язаному та різноманітному світі.

Організатори заходів включають політику різноманітності та інклюзії, впроваджують заходи для вирішення проблем доступності та співпрацюють з громадськими організаціями, щоб забезпечити гостинність заходів та відображення культурної мозаїки. Крім того, інтеграція технологій і соціальних медіа значно вплинула на зв'язок між культурною інтеграцією та індустрією подій. Молоді люди вправно використовують цифрові платформи, щоб спілкуватися з людьми з різного походження, обмінюватися досвідом і сприяти культурному обміну. «Виходячи з потреб мистецької спільноти закладу сфери молодіжної культури, як один із факторів модернізації кризового життя індустрії, бачимо вибір об'єднання навколо конкретних запитів і надання підтримки різного характеру у важкі часи невизначеності та воєнного стану закласти основи подальшої тісної співпраці для розвитку повоєнної культури України» [30, С. 4].

Отже, культурна інтеграція молоді та індустрія подій мають симбіотичні стосунки. Різноманітні та інклюзивні погляди молодих людей впливають на індустрію івентів, стимулюючи попит на багатий культурний досвід і сприяючи інклюзивності. Водночас індустрія подій виступає як платформа для культурної інтеграції, надаючи молодим людям можливість знайомитися з різними митцями, культурами та вивчати їх. Разом вони сприяють створенню більш взаємопов'язаного, інклюзивного та культурно яскравого суспільства.

## ВИСНОВКИ

На основі проведеного аналізу івент-менеджменту, вдалося виявити ключові аспекти, які визначають сучасний стан та перспективи розвитку цієї галузі. Отже можна зробити наступні висновки:

Івент-менеджмент виконує важливі соціокультурні та економічні функції, забезпечуючи платформи для взаємодії, культурного обміну та економічного зростання. Івенти сприяють зміцненню соціальних зв'язків, підтримці культурної спадщини та інтеграції різних соціальних груп.

Івенти є важливими драйверами економічного розвитку, створюючи робочі місця та стимулюючи розвиток суміжних галузей, таких як туризм, готельний бізнес та транспорт. Ефективне управління івентами може значно підвищити економічну активність та залучити інвестиції.

Використання сучасних технологій, таких як віртуальна та доповнена реальність, соціальні медіа та цифрові платформи, відкриває нові можливості для організації івентів. Ці технології дозволяють підвищити інтерактивність та персоналізацію заходів, що відповідає зростаючим очікуванням учасників.

Для успішного функціонування на ринку івент-менеджерам необхідно розробляти та впроваджувати інноваційні стратегії розвитку. Це включає використання маркетингових підходів, інтеграцію нових технологій, підвищення якості послуг та створення унікальних пропозицій для клієнтів.

Івент-індустрія стикається з низки викликів, таких як висока конкуренція, економічна нестабільність, регуляторні вимоги, брак кваліфікованих кадрів та необхідність аналізу ефективності івентів. Водночас, галузь має значний потенціал для розвитку через впровадження екологічно відповідальних практик та використання новітніх технологій.

Для подальшого розвитку івент-індустрії потрібно акцентувати увагу на підвищенні якості послуг, інноваційних підходах до організації заходів, активному використанні сучасних технологій та впровадженні екологічно відповідальних

практик. Важливо також інвестувати в підготовку кваліфікованих кадрів та розробку ефективних методів оцінки результатів івентів.

Проведене дослідження показало, що івент-менеджмент є важливим елементом сучасної економіки та суспільства. Врахування виявлених проблем та викликів, а також впровадження розроблених рекомендацій дозволить забезпечити сталий розвиток івент-індустрії та підвищити її ефективність у майбутньому. Найголовніше прагнути до цілковитого задоволення та залученості аудиторії, адже саме це демонструє успішність івенту.

## Список використаних джерел

1. Аветисян Л. Крос-культурна комунікація як засіб міжнародного культурного співробітництва : Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістр. Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, Інститут практичної культурології та арт-менеджменту. Київ. 2021. 104 с.
2. Біланіна О. Роль молодіжних та культурних центрів у зміцненні міжкультурного діалогу й зменшенні проявів ворожнечі серед молоді (досвід України та країн Європи) : Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістр. Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, Інститут практичної культурології та арт-менеджменту. Київ. 2022. 82 с.
3. Боровик К. Молодь для молоді: проекти для інтеграції переселенців – дітей та молоді – у Дніпропетровській області : Дніпропетровські вісті. випуск 2. 2022. С. 2.
4. Боровик М. В. Ризик-менеджмент : конспект лекцій для студентів магістратури усіх форм навчання спеціальності 073 – Менеджмент / М. В. Боровик ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2018. – 65 с.
5. Брич В.Я., Корман М.М. Креативний менеджмент: підруч. Тернопіль: ТНЕУ, 2018. 220 с.
6. Бурім Д. Українські студентські об'днання в Німеччині у 20-х роках ХХ століття: інтеграція в суспільство країни проживання та бажання збереження національної ідентичності : *Ucraina Magna*, №1, 2021. С. 249-265.
7. Головач Н. Трансформація культурної соціалізація сучасної молоді : Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. №3. 2017. С. 43-47.
8. Гомонець Т. Визначення поняття «івент» : Культурологічний вісник. 2022. №1. С. 158-160.

9. Горденко С. Теоретичні аспекти організації мистецьких проєктів та івентів» : Сучасні соціокультурні процеси: компетентнісно-аксіологічний аспект. Зб. матеріалів доп. учасн. IV Всеукраїнської науково-практичної конференції. Полтава. 2022. С. 36-41.
10. Данилиха Н., Пахолок І., Івент-заходи як інструмент популяризації національної культури (1991-2021) : Народознавчі зошити. № 3 (159), 2021. С. 593-600.
11. Дергачова Г. М. Івент-менеджмент : Конспект лекцій, Навчальний підручник, Київ : КПІ імені І. Сікорського. 2022. 99 с.
12. Зеленська Л. М., Романова А. О. Івент-менеджмент: словник довідник організатора заходів : К.: НАКККіМ, 2015. 84 с.
13. Івент-менеджмент : навчальний посібник / Т. Л. Повалій, Н. Д. Світайло. – Суми : Сумський державний університет, 2021. – 198 с.
14. Інструмент виявлення ризиків: оцінка якості процесів. (2023). Режим доступу: <https://smart-eam.com/ua/news/instrument-vujavlenija-riskov-osenka-kachestva-processov/>
15. Качала Х. Інтеграція молоді з обмеженими функціональними можливостями в сучасному суспільстві : Вісник науково-методичних досліджень Вінницького гуманітарно-педагогічного коледжу. Вінниця. Вінницька міська друкарня. 2019. Випуск 4. (32). С. 77–83.
16. Короленко Є. Особливості інноваційної діяльності для забезпечення конкурентоспроможності івент-індустрії України в умовах кризового існування : Вісник Маріупільського державного університету: філософія, культурологія, соціологія. №24. 2022. С. 40-45.
17. Крипчук М., Плуталов С. Тенденції розвитку сучасних івент-програм : Grail of Science, 2022. №16. С. 652–655.
18. Маєвська Т. Євроінтеграційні процеси в культурному просторі України: локальні виміри і перспективи : Кваліфікаційна робота на здобуття

освітнього ступеня магістр. Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, Інститут практичної культурології та арт-менеджменту. Київ. 2020. 84 с.

19. Масон П. Молодіжна субкультура як мезочинник соціалізації особистості : Управлінські аспекти в діяльності організацій соціальної сфери. 2022. С. 1-2.

20. Новохатня В. Роль івент-індустрій в сучасному культуротворенні : Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістр. Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, Інститут практичної культурології та арт-менеджменту. Київ. 2020. 87 с.

21. Олексюк Г. В., Ангелко І. В., Самотій Н. С. Івент-індустрія: розвиток та проблеми в Україні» : Регіональна економіка. 2020. №3. С. 120-131.

22. Повалій Т. Світайло Н. Івент-менеджмент : Навчальний посібник. Суми : Сумський державний університет, 2021. 198 с.

23. Полозов Є. Організація бізнес-процесів в івент-галузі дозвілля: соціальний та культурний аспект : Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістр. Херсон, ХДУ, 2020. 69 с.

24. Поправко О. Івент-менеджмент: сутність і перспективи розвитку в Україні : Сучасний менеджмент: проблеми та перспективи розвитку, 2022, №1, С. 94-98.

25. Свирид І. Спеціальні події та event-технології як чинники інноваційного розвитку культурно-дозвіллевої діяльності: організаційно-методичний аспект : Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку: напрям «Культурологія», 2022. Випуск 43. С. 72-76.

26. Стратегія розвитку міст: молодь і майбутнє (інноваційний ліфт) : Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (квітень-травень

2019 року). Харків : Харківський національний університет міського господарства імені О.Б. Бекетова, 2019 рік. 413 с.

27. Чеботаєва О. Івент як комунікативний феномен : Інформаційні комунікації в культурі та мистецтві. №1. 2022. С. 35-39.

28. Червінська Л. Організація заходів для популяризації культури і мистецтва в Україні : Культура і сучасність. №2. 2020. С. 191-198.

29. Черниш А. Соціальна інтеграція молоді, як вид соціального захисту молоді: Аналітично-порівняльне правознавство. Трудове право; право соціального забезпечення. 2020. №4. С. 175-181.

30. Швець, І. Г. Українська молодіжна культура в умовах військового стану : Імідж сучасного педагога. №6. 2022. С. 67-71.

31. Яроміч С. А. Менеджмент у сфері культури: навч. посіб. Одеса: Центр практичного менеджменту культури, 2016. 274 с.

32. Allen J. Event planning ethics and etiquette: A principled approach to the business of special event management. Routledge. 2014.

33. Avila J. A., & Sakurai R.. Special events: A new generation and the next frontier. John Wiley & Sons. 2000.

34. Bakman J. Y.. The business of event planning: Behind-the-scenes secrets of successful special events. NY: Amacom. 2002.

35. Bowdin G., Allen J., O'Toole W., Harris R., & McDonnell I. Events management. Routledge. 2015.

36. Bladen C., Kennell J., Abson E., & Wilde, N. Events management: An introduction. Routledge. 2017

37. Getz D. Event studies: Theory, research and policy for planned events. Routledge. 2013.

38. Getz D., & Page, S. J.. Event studies: Theory, research and policy for planned events. Routledge. 2016.

39. Goldblatt J. Special events: Creating and sustaining a new world for celebration. John Wiley & Sons. 2018.
40. Shone A., & Parry B. Successful event management: A practical handbook. Thomson Learning. 2004.
41. Thomas O. Reference model-based event management International Journal of Event Management Research. Vol. 4. N 1. 2008. P. 8–16.
42. Kuziemy, Craig E. "Ten key considerations for the successful implementation and adoption of large-scale health information technology." Healthcare Informatics Research. 2013;19(4):259-61. DOI: 10.4258/hir.2013.19.4.259.

## ДОДАТКИ

### Додаток А

Класифікація івентів [13, С. 26]

<b>За охопленням цільової аудиторії</b>			
Приватні	Масові	Мікроподії	Міжнародні та державні
весілля, вечірки, зустрічі	свята в торгових точках, презентації, клубні вечірки, концерти, міські свята, церемонії	романтичні побачення, ділові зустрічі, підлаштована «випадковість»	Саміти, політичні події, візити VIP-персон, саміти, конференції, офіційні свята, інавгурації, промоакції
<b>За маркетинговим середовищем</b>			
Корпоративні	Політичні	Соціальні	Культурні
календарні свята, внутрішні свята, заміський відпочинок	мітинги, демонстрації, інавгурація, збори	благодійні концерти, форуми, виставки, всесвітні свята і події, шоу	фестивалі, карнавали, пам'ятні церемонії, релігійні свята
Спортивні	Освітні та наукові	Ділові	Розважальні
змагання серед професіоналів і любителів, змагання для глядачів та учасників	конференції, семінари, практичні заняття	зустрічі, наради, ярмарки, виставки	спорт і ігри для розваги, свята, дні народження, календарні свята

## Додаток Б

### Види класифікацій і типологій заходів:

За значущістю	Приватні, місцеві, міські, регіональні, міжрегіональні, загальнодержавні, міжнародні заходи
За складом учасників	Приватні, корпоративні, масові
За структурою	Монопроект, мультипроект, мегапроект
За тривалістю	Постійнодіючий, періодичний, подієвий
За характером заходу	Розважальний, зібрання, інформаційний, добродійний