

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**Кафедра психології і туризму**

**Кваліфікаційна робота**  
**на тему: «Event-менеджмент в індустрії туризму»**

*Допущено до захисту*

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2023 року

здобувача вищої освіти групи Т01-19  
факультету туризму, бізнесу і психології  
освітньої програми Туристичне обслуговування  
за спеціальністю 242 Туризм  
Брадуліна А.В.

Завідувач кафедри психології і  
туризму

доктор психологічних наук,  
професор

Бондаренко О.Ф.

---

Науковий керівник:  
кандидат економічних наук, доцент  
Кучай О.В.

Національна шкала \_\_\_\_\_

Кількість балів \_\_\_\_\_

Оцінка ЄКТС \_\_\_\_\_

КИЇВ – 2023

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО - МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ МЕНЕДЖМЕНТУ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ.....	5
1.1. Сутність подієвого туризму.....	5
1.2. Основні елементи та етапи організації події як туристичного продукту....	9
1.3. Менеджмент як ключовий аспект організації заходів у туризмі.....	17
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ МЕНЕДЖМЕНТУ В ІВЕНТ ТУРИЗМІ	
2.1. Основні складові якісного менеджменту .....	23
2.2. Особливості планування та організації івенту. ....	28
2.3. Основні напрямки event-туризму в Україні та світі.....	32
РОЗДІЛ 3. ОРГАНІЗАЦІЯ БЛАГОДІЙНОГО ІВЕНТУ У ПЕРІОД ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ	
3.1. Визначення та формування основної концепції заходу .....	37
3.2. Процес планування та організації благодійного заходу.....	41
3.3. Основні етапи контролю за проведенням концерту.....	44
ВИСНОВКИ.....	50
РЕЗЮМЕ/ RESUME .....	51
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	55

## ВСТУП

У даній кваліфікаційній роботі розглянуто особливості та загальні характеристики масових заходів, особливості їх організації та менеджменту, їх роль у туристичній галузі, а також сучасне положення, проблеми та прогнози майбутнього розвитку подієвого туризму України.

**Актуальність** теми даної роботи полягає у тому, що на сьогоднішній день організація масових культурних заходів є популярним напрямком туризму.

Проблематиці ролі менеджменту в організації івентів у якості туристичного продукту приділяли увагу в своїй наукових працях багато вітчизняних та зарубіжних дослідників, серед яких: Казюка Н. П. [7], Голдблат [37], Зеленська Л.М. [48], Гетц Д. [35] та інші. Проте розуміння ефективних методів планування, організації та проведення заходів у контексті туристичної галузі потребує додаткових досліджень і аналізу.

Вибір для дослідження саме event туризму зумовлений зростанням популярності цього напрямку за останнє десятиліття, як в Україні, так і за кордоном. На момент написання цієї роботи індустрія туризму в Україні переживає кризу, пов'язану із повномасштабним вторгненням армії РФ у лютому 2022р. та дією на всій території України воєнного стану, що суттєво обмежує можливості для організації туристичної діяльності. Проте після завершення бойових дій та зняття діючих обмежень прогнозується, що зацікавленість Україною на світовому туристичному ринку може значно зрости, відповідно зростатиме і кількість туристів, що дозволить відновити та розвивати індустрію. Організація івентів є ключовим фактором у залученні туристів та підтриманні конкурентоспроможності туристичного бізнесу. Відмінність та якість проведених заходів визначають сприятливу атмосферу для відпочинку, розваг та розвитку туристичного напрямку. Менеджмент в індустрії event туризму – процес планування, координації та організації заходів у туристичній галузі, таких як конференції, виставки, фестивалі, спортивні події та інші масові заходи.

**Метою дослідження** є аналіз івент-менеджменту в індустрії туризму з ціллю розкриття його теоретичного та практичного значення для покращення ефективності організації культурних заходів. Для досягнення цієї мети поставлені наступні **завдання**:

- Проаналізувати теоретичні аспекти івент-менеджменту в контексті туризму, включаючи його основні принципи, стратегії планування та виконання подій, а також роль івент-менеджера в організації тур заходів.
- Вивчити досвід успішного застосування івент-менеджменту в туризмі на національному та міжнародному рівнях, зокрема, дослідити приклади успішних туристичних подій, фестивалів та конференцій, які сприяли розвитку туризму та приверненню туристів.
- Виявити проблеми та виклики, з якими зіштовхуються туристичні підприємства при організації туристичних подій, включаючи фінансові, маркетингові, організаційні та логістичні аспекти, а також вплив на сталість та екологічну стійкість.

**Об'єктом дослідження** роботи є роль івент менеджменту у складі туристичної галузі.

**Предметом дослідження** є теоретичні та практичні аспекти використання менеджменту в контексті створення івенту, проблеми та тенденції розвитку напрямку івент туризму.

Дослідження проводилося за допомогою таких **методів дослідження**: спостереження, порівняння, аналізу, синтезу, індукції і дедукції.

Кваліфікаційна робота виконана на основі аналізу літературних джерел з туризму та туристичної проблематики, а також інших джерел (статті в періодичних виданнях, інформаційний матеріал), що знаходяться у доступі.

Кваліфікаційна робота складається з трьох розділів (з підрозділами). Це є теоретико-методологічний, аналітичний та практичний розділи. Кількість сторінок роботи 58 (зокрема основного тексту 54 сторінки), кількість інформаційних джерел – 44.

# РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ МЕНЕДЖМЕНТУ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ

## 1.1 Сутність подієвого туризму

Івент (захід) (англ. event – подія) - це форма активності, яка включає зустріч та взаємодію між різними людьми, обмежену у часі і спрямовану на досягнення спільних цілей. Це може бути різноманітний тип заходу (корпоративний, приватний, діловий, масовий тощо), що відбувається на організованому майданчику або просто на відкритому просторі.

Event туризм також можна визначити як акт подорожі для відвідування організованого заходу, такого як фестиваль, конференція чи спортивний захід, з розважальною, соціальною чи діловою метою. Цей вид туризму може бути внутрішнім або міжнародним і включає широкий спектр заходів.

Менеджмент подієвого туризму є важливим аспектом індустрії туризму, оскільки такі події, як фестивалі, конференції та спортивні заходи, стали значним рушієм туристичної діяльності. В останні роки сектор event туризму пережив кризу, проте зараз знову помітне значне зростання, тож і управління подіями стало дедалі складнішим.

Незважаючи на об'єктивні та суб'єктивні труднощі сучасного періоду, івент-менеджмент став перспективним і прибутковим сектором світової економіки. Варто відзначити, що протягом тривалого часу івент-менеджмент був частиною інших галузей економіки, таких як туризм, готельний, ресторанный і шоу-бізнес. Його спорадично виконували відділи продажів фірм і підприємств, рекламні агентства, професійні асоціації та інші. Проте лише у ХХ столітті він виокремився як самостійна галузь комунікаційної діяльності й отримав теоретичне обґрунтування. В даний час івент-менеджмент є важливою складовою соціальної практики, розвивається як сфера технологій і широко застосовується в діловій активності, політиці, соціальних комунікаціях і культурних процесах.

Існує кілька ознак, що свідчать про формування івент-менеджменту як самостійної сфери професійної діяльності:

- визначення основних суб'єктів івент-ринку;
- розвиток понятійного апарату;
- розроблення галузевих технологій;
- наявність спеціалізованої навчальної та наукової літератури;
- створення сертифікаційних програм;
- можливість отримання фахової вищої освіти;
- консолідація фахівців та утворення професійних асоціацій;
- формування галузевих легенд та традицій;
- розвиток спеціалізованої галузевої преси.

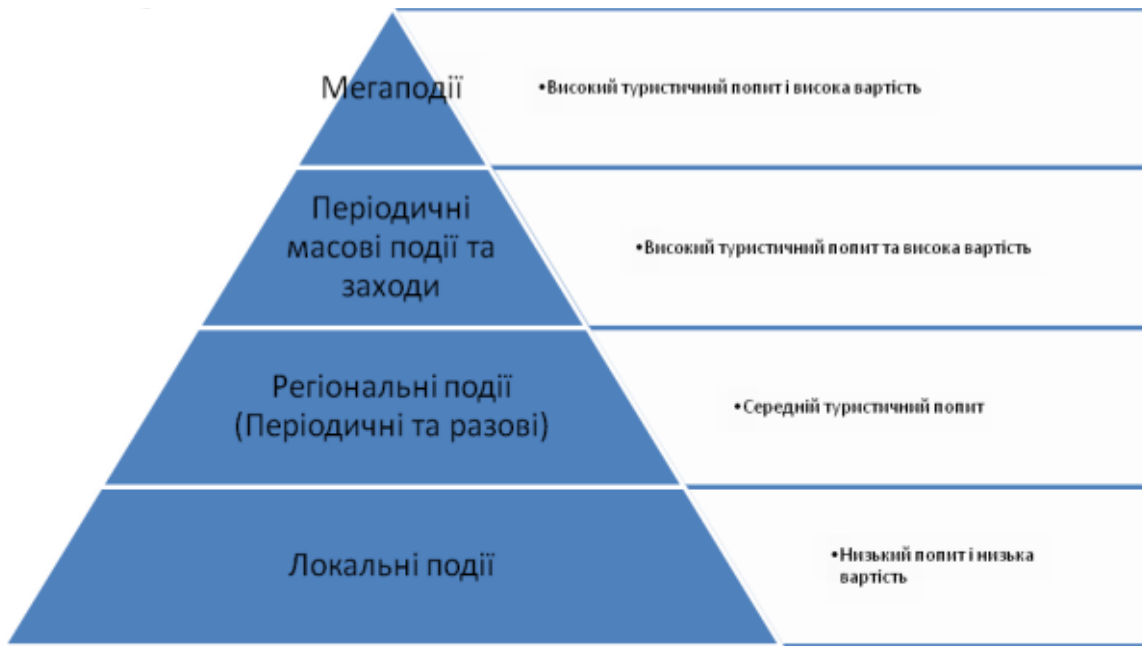
Події відіграють важливу роль у туристичній індустрії, оскільки вони забезпечують унікальний та привабливий досвід для відвідувачів. Події можуть створити відчуття спільноти та об'єднати людей, сприяючи почуттю приналежності та соціальної єдності. Крім того, події можуть допомогти просувати туристичний напрямок і створити позитивну рекламу, що може призвести до збільшення туристичної активності в довгостроковій перспективі. Подієвий туризм — це термін, який використовується для опису подорожі, яка відбувається з метою відвідування або участі в запланованій події, такій як фестиваль, концерт або спортивна гра. Це швидкозростаючий сегмент індустрії туризму, який став популярним способом для людей познайомитися з новими напрямками та культурою, одночасно займаючись своїми улюбленими хобі та інтересами. За своєю суттю він полягає в тому, щоб відчути щось нове та захоплююче. Це надає людям можливість уникнути повсякденної рутини та зануритися в інше середовище в оточенні однодумців, які поділяють їхні пристрасті та інтереси. Незалежно від того, чи йдеться про відвідування

музичного фестивалю, заходу з їжею та вином чи спортивного заходу, подієвий туризм дозволяє людям спілкуватися з тими, хто поділяє їхню любов до певної діяльності чи культурного досвіду.

Подієвий туризм також забезпечує економічні вигоди для приймаючої країни. Події можуть приносити значні доходи місцевим підприємствам, від готелів і ресторанів до сувенірних магазинів і постачальників транспортних засобів. Вони також можуть створювати робочі місця та стимулювати інвестиції в місцеву інфраструктуру, таку як громадський транспорт і місця проведення заходів. Концепція подієвого туризму базується на ідеї, що події можуть слугувати каталізатором розвитку туризму. Події можуть допомогти залучити відвідувачів до місця призначення, стимулювати місцеву економіку та сприяти культурному обміну та взаєморозумінню. Вони також можуть допомогти продемонструвати унікальні визначні пам'ятки та характеристики місця призначення та створити почуття гордості та самобутності серед місцевих жителів.

Event туризм може приймати різні форми, від великомасштабних міжнародних заходів до невеликих громадських фестивалів. Деякі заходи спеціально створені для залучення туристів, а інші в основному зосереджені на задоволенні потреб місцевих жителів. Проте всі події мають потенціал для залучення відвідувачів і стимулювання економічної діяльності, якщо вони добре сплановані та реалізовані.

Розглянемо приклад класифікації подій за масштабом (рис. 1)



*Рис. 1 Класифікація подій за масштабом [36:604]*

Мегаподії мають найвищий статус серед інших типів подій, оскільки вони проявляються на глобальному рівні, привертають найбільшу увагу відвідувачів і вимагають високого рівня інфраструктури та складності в організації. Згідно з Д. Гетцем, мегаподії характеризуються високим рівнем медійного висвітлення, престижем і економічним впливом на місцеву спільноту або місце проведення.

Однією з ключових проблем подієвого туризму є забезпечення довгострокової діяльності подій. Події можуть принести значні економічні вигоди, але вони також можуть створити навантаження на місцеві ресурси та інфраструктуру. Ефективне управління подіями вимагає ретельного планування та координації, а також зобов'язання звести до мінімуму екологічні та соціальні наслідки подій. Подієвий туризм — це захоплюючий і динамічний сегмент індустрії туризму, який пропонує низку переваг як для відвідувачів, так і для приймаючих напрямків. Це надає можливість людям спілкуватися з іншими, хто поділяє їхні пристрасті та інтереси, водночас генеруючи економічну діяльність і сприяючи культурному обміну та розумінню. Однак важливо визнати, що ефективне управління подіями вимагає ретельного планування, ефективної



комунікації та відданості принципам сталого розвитку та відповідальної практики туризму. Розуміючи сутність і концепцію подієвого туризму, організатори подій можуть розробити ефективні стратегії для максимізації переваг подій як для відвідувачів, так і для місцевих громад.

За останні кілька десятиліть цей напрям туризму став популярною галуззю, що активно розвивається, щороку приваблюючи мільйони туристів. Така форма передбачає відвідування місць призначення для участі або споглядання певної події. Подієвий туризм набув значного значення як інструмент маркетингу напрямків, економічного розвитку та культурного обміну.

## **1.2. Основні елементи та етапи організації події як туристичного продукту**

Організація та виконання ефективного івент-проекту вимагають співробітництва 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 і т.д. Врахування всіх факторів та змін, які можуть виникнути не тільки на етапі підготовки, але й під час проведення івенту, вимагає чіткого визначення завдань і способів їх виконання, розподілу обов'язків серед команди та контролю їх виконання, налагодження комунікації з підрядниками, ЗМІ, спонсорами та меценатами, забезпечення рекламної та інформаційної підтримки івенту, а також формування бюджету. Вчасне та якісне виконання цих дій є ключем до успішної реалізації івенту будь-якої складності, формату та масштабу.

Менеджмент таких заходів включає кілька етапів, серед яких: планування, маркетинг, впровадження та оцінку.

- Планування:

Етап планування передбачає визначення цілей заходу та розробку стратегічного плану досягнення цих цілей. Це може включати проведення дослідження для виявлення потенційних відвідувачів і спонсорів, вибір відповідного місця, а також розробку бюджету та графіку проведення заходу.

- Маркетинг:

Етап маркетингу включає просування події серед потенційних відвідувачів і спонсорів через різні канали, такі як соціальні мережі, реклама та зв'язки з громадськістю. Ефективний маркетинг може допомогти збільшити відвідуваність і отримати дохід від заходу.

- Реалізація:

Етап впровадження передбачає виконання плану, розробленого на етапі планування. Це може включати координацію з постачальниками, управління логістикою та забезпечення безперебійного проходження події.

- Оцінка:

Етап оцінки передбачає оцінку успіху заходу та визначення областей для покращення. Це може включати збір відгуків від відвідувачів і спонсорів, аналіз фінансових даних і оцінку впливу події на приймаючу спільноту.

Управління може бути складним через ряд факторів, включаючи фінансові обмеження, логістичні проблеми та зміну споживчих уподобань. Деякі з ключових проблем, пов'язаних з управлінням подієвим туризмом, включають:

- Фінансові обмеження:

Однією з найбільших проблем управління подієвим туризмом є забезпечення фінансування заходу. Це може передбачати конкуренцію з іншими подіями за обмежене фінансування та переговори зі спонсорами та зацікавленими сторонами для забезпечення необхідних ресурсів.

- Логістичні проблеми:

Управління матеріально-технічним забезпеченням події може бути складним, особливо коли йдеться про велику кількість людей і багато зацікавлених сторін. Забезпечення безперебійного та безпечного проведення заходу вимагає ретельного планування та координації.

- Зміна споживчих уподобань:

В міру того як споживчі уподобання та очікування змінюються, організатори заходів повинні адаптуватися, щоб залишатися актуальними. Це може включати впровадження нових технологій, пропонування унікального досвіду або обслуговування певних демографічних груп.

- Екологічний розвиток:

Вплив подій на навколишнє середовище стає все більш важливим питанням в управлінні подієвим туризмом. Організатори заходів повинні гарантувати, що їхні заходи є стійкими та мінімізують їхній вплив на навколишнє середовище.

Менеджмент є важливим аспектом індустрії туризму, оскільки події забезпечують унікальний та привабливий досвід для відвідувачів і можуть принести значні економічні вигоди для приймаючих громад. Ефективне управління вимагає ретельного планування, маркетингу, впровадження та оцінки, а також здатності долати низку викликів, включаючи фінансові обмеження, логістичні проблеми, зміну споживчих уподобань і проблеми сталого розвитку. Основні елементи організації заходу як туристичного продукту:

- Концептуалізація та планування:

Концептуалізація та планування є початковими етапами організації заходу. Цей етап передбачає визначення цілей, теми та мети заходу. Організатор заходу повинен визначити цільову аудиторію, місце, дату та тривалість заходу. На цьому етапі організатор також має скласти бюджет, налагодити партнерські відносини зі стейкхолдерами та розробити маркетингову стратегію.

- Вибір місця проведення:

Місце проведення заходу є вирішальним елементом, який може вплинути на успіх заходу. Перед вибором місця організатор заходу повинен враховувати різні фактори, такі як доступність, місткість, атмосфера та інфраструктура. Місце проведення також має відповідати темі та меті заходу, щоб створити незабутні враження для відвідувачів.

- Маркетинг і просування:

Маркетинг і просування є критично важливими елементами для підвищення обізнаності та залучення відвідувачів до події. Організатор заходу повинен розробити маркетинговий план, який включає рекламу, зв'язки з громадськістю, соціальні мережі та маркетинг електронною поштою. Маркетинговий план має бути націлений на визначену аудиторію та повідомляти про переваги та унікальні особливості події.

- Розробка програми та змісту:

Етап розробки програми та контенту передбачає розробку заходів заходу, спікерів, розваг та інших відповідних компонентів. Організатор заходу повинен створити графік, який збалансує зміст заходу та діяльність, щоб забезпечити всебічний досвід для відвідувачів.

- Логістика та операції:

Логістика та операції передбачають управління інфраструктурою заходу, обладнанням і персоналом. Організатор заходу повинен координувати транспортування, розміщення, харчування, безпеку та інші робочі вимоги, щоб забезпечити безперебійне проведення заходу.

- Оцінка та відгуки:

Оцінка та відгук є важливими елементами для визначення успіху заходу. Організатор заходу повинен зібрати відгуки від відвідувачів, партнерів і

зацікавлених сторін, щоб визначити сфери покращення та оцінити вплив заходу. Звіт про оцінку може бути використаний для інформування про майбутні заходи та покращення діяльності організатора.

Всі перераховані етапи можна об'єднати в наступні:

- Етап перед подією:

Етап перед подією включає концептуалізацію, планування та маркетинг події. Цей етап може тривати кілька місяців або років, залежно від розміру та складності події. Організатор заходу повинен визначити цілі, цільову аудиторію та місце проведення заходу. Їм також потрібно скласти бюджет, налагодити партнерство та розробити маркетинговий план.

- Етап виконання заходу:

Етап виконання заходу передбачає реалізацію плану, розробленого на етапі перед заходом. Організатор заходу повинен координувати логістику, операції та безпеку, щоб забезпечити безперебійне проведення заходу. Учасники мають отримати безперебійний досвід, а подія має відповідати поставленим цілям.

- Етап після заходу:

Етап після заходу передбачає оцінку успіху заходу та збір відгуків від відвідувачів, партнерів і зацікавлених сторін. Організатор заходу має проаналізувати відгуки та створити звіт, у якому висвітлюватимуться сильні сторони заходу та напрямки покращення. Звіт може інформувати про майбутні події та допомогти організаторам покращити свою роботу.

Організація заходу як туристичного продукту є складним процесом, який вимагає ретельного планування та управління. Успіх заходу залежить від різних факторів, таких як вибір місця проведення, маркетинг, розробка програми, логістика та операції. Етапи організації заходу включають етапи перед заходом, його виконання та етапи після заходу, кожен з яких відіграє вирішальну роль у

забезпеченні успіху заходу. Етап перед подією включає концептуалізацію, планування та маркетинг події та може тривати кілька місяців або навіть років

Етап проведення заходу передбачає реалізацію плану, розробленого на етапі перед заходом, координацію матеріально-технічного забезпечення, операцій і безпеки для забезпечення безперервного проведення заходу. Нарешті, етап після заходу передбачає оцінку успіху заходу та збір відгуків від відвідувачів, партнерів і зацікавлених сторін для інформування про майбутні події та покращення діяльності організатора.

Підсумовуючи, організація заходу як туристичного продукту вимагає мультидисциплінарного підходу, який передбачає різні елементи та етапи. Завдяки ретельному плануванню та управлінню організатори заходу можуть створити незабутні враження для відвідувачів, забезпечити економічну вигоду приймаючій громаді та сприяти зростанню індустрії туризму.\

Організація заходу як туристичного продукту вимагає ретельного планування та виконання, щоб забезпечити його успіх. Подія може бути головною привабливістю для туристів і може сприяти розвитку місцевої економіки. Основні елементи та етапи організації заходу як туристичного продукту включають планування, маркетинг, логістику, оцінку. У цій статті ми детально розглянемо кожен із цих елементів і етапів.

Етап планування є найважливішим елементом організації заходу як туристичного продукту. Він передбачає визначення мети та завдань заходу, цільової аудиторії, бюджету та місця проведення. Це також передбачає визначення тривалості, дати та часу події. Чітко розроблений план допомагає забезпечити ефективну та результативну організацію заходу. Ретельний план включає наступне:

- Мета та завдання заходу:

Мета та цілі заходу мають бути чітко визначені, щоб вони відповідали потребам і вподобанням цільової аудиторії.

- Цільова аудиторія:

Необхідно визначити цільову аудиторію, а також проаналізувати її переваги та потреби, щоб переконатися, що захід відповідає їхнім очікуванням.

- Бюджет:

Бюджет слід ретельно спланувати, щоб забезпечити врахування всіх витрат і фінансову стійкість заходу.

- Місце проведення:

Місце проведення слід вибирати, виходячи з його доступності, місткості та відповідності меті заходу.

- Тривалість, дата та час:

Тривалість, дату та час події слід ретельно вибирати, щоб переконатися, що вона не суперечить іншим великим подіям у цьому регіоні.

- Маркетинг:

Етап маркетингу має важливе значення для того, щоб подія добре рекламувалася серед цільової аудиторії. Він передбачає створення маркетингового плану, який включає вибір відповідних каналів для просування події. Маркетинговий план слід розробляти з урахуванням уподобань і потреб цільової аудиторії. Маркетинговий план повинен містити наступне:

- Канали просування:

Канали просування слід вибирати, виходячи з уподобань і потреб цільової аудиторії. Канали можуть включати соціальні мережі, маркетинг електронною поштою, рекламу та прес-релізи.

- Рекламні матеріали:

Рекламні матеріали повинні бути розроблені таким чином, щоб привернути увагу та інтерес цільової аудиторії. Матеріали можуть включати флаєри, брошури, плакати та банери.

- Брендинг:

Брендинг повинен відповідати меті та завданням заходу. Брендинг має бути розроблений таким чином, щоб відображати індивідуальність та ідентичність події.

- Логістика:

Етап логістики має важливе значення для забезпечення ефективної та результативної організації заходу. Це включає в себе управління оперативними та адміністративними аспектами заходу, включаючи транспортування, розміщення, харчування та безпеку. План логістики повинен включати наступне:

- Транспорт:

Транспортний план слід розробляти з урахуванням місця проведення заходу та вподобань і потреб цільової аудиторії. План може включати трансферні послуги, громадський транспорт і приватний транспорт.

- Проживання:

План розміщення повинен бути розроблений з урахуванням тривалості заходу та вподобань і потреб цільової аудиторії. План може включати бронювання готелів, кемпінг і проживання в сім'ї.

- Кейтеринг:

План харчування повинен бути розроблений, виходячи з мети та завдань заходу. План може включати послуги з харчування та напоїв, фургони з їжею та компанії громадського харчування.



### **1.3. Менеджмент як ключовий аспект організації в event туризмі**

Event туризм є важливою підгалуззю індустрії туризму, яка передбачає організацію та проведення заходів, які приваблюють туристів з різних куточків світу. Ця галузь швидко розвивається і стала вагомим внеском у світову економіку. Щоб бути успішним, подієвий туризм вимагає ефективного менеджменту, який має вирішальне значення для забезпечення того, щоб заходи були добре організовані та відповідали очікуванням відвідувачів. У цій статті ми обговоримо важливість менеджменту в подієвому туризмі та те, як він сприяє успіху галузі.

Ефективне планування є критично важливим компонентом управління подієвим туризмом. Планування передбачає визначення цілей заходу, визначення цільової аудиторії та формування бюджету. Процес планування також передбачає визначення ресурсів, необхідних для успішного проведення заходу, таких як місця проведення, обладнання та персонал. Від якості планування багато в чому залежить успіх заходу. Правильне планування гарантує, що захід буде добре організовано, а учасники отримають приємні враження.

Маркетинг є ще одним важливим аспектом менеджменту подієвого туризму. Ефективний маркетинг забезпечує широкий розголос події та досягнення цільової аудиторії. Маркетинг передбачає підвищення обізнаності про подію, виявлення потенційних відвідувачів і просування події через різні канали, такі як соціальні мережі, маркетинг електронною поштою та друковані ЗМІ. Успішна маркетингова кампанія гарантує, що захід буде добре відвідуваним, а учасники отримають незабутні враження.

Ефективне управління бюджетом має вирішальне значення в подієвому туризмі. Добре підготовлений бюджет гарантує, що захід є фінансово життєздатним і що ресурси розподілені належним чином. Управління бюджетом передбачає визначення джерел фінансування, формування бюджету та

моніторинг витрат. Бюджет має бути реалістичним, враховуючи всі витрати, пов'язані із заходом, такі як оренда приміщення, кейтеринг та оренда обладнання. Правильне управління бюджетом гарантує, що захід буде фінансово успішним і що учасники отримають цінність своїх грошей.

Управління проектами є критично важливим компонентом менеджменту в подієвому туризмі. Управління проектом передбачає координацію різних аспектів заходу, таких як підготовка місця проведення, оренда обладнання, харчування та розваги. Ефективне управління проектом гарантує, що всі аспекти заходу добре скоординовані та все проходить гладко. Управління проектом включає виявлення потенційних проблем і пошук рішень, щоб забезпечити безперебійне проходження події.

Управління ризиками є ще одним важливим компонентом менеджменту в подієвому туризмі. Події можуть бути ризикованими, а належне управління ризиками гарантує виявлення та пом'якшення потенційних ризиків. Управління ризиками передбачає виявлення потенційних ризиків, оцінку їхньої ймовірності та впровадження заходів щодо їх пом'якшення. Належне управління ризиками гарантує безпеку відвідувачів і безперебійне проходження заходу.

Індустрія туризму є суттєвим внеском у світову економіку, і вона охоплює широкий спектр діяльності та досвіду. Одним із найбільш значущих сегментів індустрії туризму є подієвий туризм, який передбачає залучення відвідувачів для відвідування різноманітних заходів, фестивалів, виставок. Подійний туризм є динамічною галуззю, що розвивається, і очікується, що вона продовжуватиме розвиватися в найближчі роки.

Успішна організація заходів залежить від ефективних стратегій менеджменту. Керівництво відіграє ключову роль у забезпеченні того, щоб заходи проходили безперешкодно та відповідали очікуванням відвідувачів, спонсорів та інших зацікавлених сторін. У цій статті розглядається роль

менеджменту в подійовому туризмі та висвітлюються ключові аспекти, які сприяють успіху заходів.

Подієвий туризм передбачає залучення відвідувачів для відвідування різноманітних заходів, таких як фестивалі, конференції, спортивні та культурні заходи. Метою подійового туризму є створення унікальних і незабутніх вражень для відвідувачів, які вони можуть взяти з собою як сувенір про свою подорож. Подієвий туризм є важливою складовою індустрії туризму, оскільки він має значний вплив на економіку та місцеве співтовариство.

Успіх івент туризму залежить від різних факторів, включаючи якість події, місце розташування, доступність і менеджмент. Ефективне управління має вирішальне значення для того, щоб заходи проходили безперешкодно, а учасники мали позитивний досвід.

Ефективне управління необхідне для успішної організації заходів. Управління передбачає планування, координацію та виконання різних аспектів заходу, включаючи маркетинг, логістику, бюджетування та операції. Нижче наведені ключові ролі, які менеджмент відіграє в подійовому туризмі:

- **Планування:** керівництво несе відповідальність за розробку комплексного плану заходу, включаючи цілі, бюджет, часові рамки та необхідні ресурси.
- **Маркетинг:** керівництво несе відповідальність за просування події та залучення відвідувачів, спонсорів та інших зацікавлених сторін. Ефективний маркетинг передбачає визначення цільової аудиторії та розробку цільових кампаній, які відповідають її інтересам.
- **Логістика:** керівництво несе відповідальність за координацію матеріально-технічного забезпечення заходу, включаючи транспортування, розміщення, харчування та організацію місця проведення. Ефективне планування матеріально-технічного забезпечення

гарантує, що учасники матимуть безперебійний досвід і зменшує ризик затримок або інших проблем.

- Операції: Керівництво несе відповідальність за нагляд за повсякденною роботою заходу, включаючи налаштування, реєстрацію та управління персоналом і волонтерами. Ефективне управління операціями гарантує, що захід проходить гладко та відповідає очікуванням відвідувачів та інших зацікавлених сторін.

Нижче наведено ключові аспекти менеджменту, які сприяють успіху подієвого туризму:

Ефективне лідерство: Ефективне лідерство має вирішальне значення для успішної організації заходів. Лідери повинні мати навички та досвід, щоб керувати командами, приймати рішення та ефективно спілкуватися із зацікавленими сторонами. Ефективне лідерство гарантує, що команди мотивовані, і всі працюють для досягнення однієї мети.

Стратегічне планування: Стратегічне планування має важливе значення для успішної організації заходів. Керівництво має розробити всебічний план, який визначає цілі, часові рамки, бюджет і ресурси, необхідні для проведення заходу. Стратегічне планування гарантує, що ресурси розподіляються ефективно, а подія відповідає очікуванням відвідувачів та інших зацікавлених сторін.

Управління ризиками: Управління ризиками має важливе значення для успішної організації заходів. Керівництво має визначити потенційні ризики та розробити стратегії їх пом'якшення. Ефективне управління ризиками зменшує ризик аварій, затримок та інших проблем, які можуть вплинути на успіх події.

Фінансовий менеджмент: Фінансовий менеджмент має вирішальне значення для успішної організації заходів. Керівництво має розробити комплексний бюджет і відстежувати витрати, щоб гарантувати, що захід

залишається в рамках бюджету. Ефективне управління фінансами гарантує, що захід буде прибутковим і стійким у довгостроковій перспективі.

Управління зацікавленими сторонами: управління зацікавленими сторонами має важливе значення для успішної організації заходів. Керівництво має визначити зацікавлених сторін і розробити стратегії залучення та ефективного спілкування з ними. Ефективне управління зацікавленими сторонами гарантує, що всі зацікавлені сторони задоволені заходом і, ймовірно, підтримають майбутні заходи.

Управління людськими ресурсами: Управління людськими ресурсами має вирішальне значення для успішної організації заходів. Керівництво має набирати, навчати та ефективно керувати персоналом і волонтерами. Ефективне управління людськими ресурсами гарантує, що команди мотивовані, і всі працюють для досягнення однієї мети.

Маркетинг і просування: Маркетинг і просування мають вирішальне значення для успішної організації заходів. Керівництво має розробляти цільові кампанії, які резонують із цільовою аудиторією та залучають відвідувачів, спонсорів та інших зацікавлених сторін. Ефективний маркетинг і просування гарантують, що захід буде добре відвідуваним і створить позитивну рекламу.

Технології та інновації. Технології та інновації необхідні для успішної організації заходів. Керівництво має визначити та використовувати нові технології та інноваційні стратегії для покращення досвіду відвідувачів та покращення операцій. Ефективне використання технологій та інновацій гарантує, що подія стане унікальною та незабутньою для відвідувачів.

Наступні тематичні дослідження ілюструють важливість менеджменту в організації подієвого туризму:

- Олімпійські ігри:

Олімпійські ігри є однією з найважливіших подій у світі, і ефективне управління має вирішальне значення для їх успішної організації. Міжнародний олімпійський комітет (МОК) відповідає за управління іграми, і вони повинні координувати роботу з різними зацікавленими сторонами, включаючи міста-господарі, спортсменів, спонсорів і мовників. Ефективне управління Олімпійськими іграми передбачає стратегічне планування, управління ризиками, управління фінансами та управління зацікавленими сторонами.

- Кінофестиваль «Санденс».

Кінофестиваль «Санденс» — це щорічний кінофестиваль, який проводиться в штаті Юта, США і відомий демонстрацією незалежних фільмів. Керівництво кінофестивалю Sundance має співпрацювати з різними зацікавленими сторонами, включаючи кінематографістів, спонсорів і відвідувачів. Ефективне управління фестивалем передбачає стратегічне планування, маркетинг і просування, управління людськими ресурсами.

- Октоберфест:

Октоберфест — щорічний фестиваль, який проводиться в Мюнхені, Німеччина, і відомий своїм пивом і баварською культурою. Керівництво Октоберфесту має координувати свої дії з різними зацікавленими сторонами, зокрема пивоварами, продавцями та відвідувачами. Ефективне управління Октоберфестом включає планування логістики, управління ризиками та управління зацікавленими сторонами.

Ефективне управління має вирішальне значення для успішної організації подієвого туризму. Керівництво відіграє ключову роль у забезпеченні того, щоб заходи проходили безперешкодно та відповідали очікуванням відвідувачів, спонсорів та інших зацікавлених сторін.

## **РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ МЕНЕДЖМЕНТУ В ІВЕНТ ТУРИЗМІ**

### **2.1. Основні складові якісного менеджменту**

Початковий етап процесу управління включає розробку плану. Планування визначає цілі туристичного підприємства і вказує, яким чином працівники повинні працювати для досягнення цих цілей. Планування відіграє провідну роль серед усіх інших функцій управління, оскільки воно встановлює мету та завдання підприємства, шляхи досягнення цих цілей і необхідні ресурси для цього.

Ускладнення зовнішнього і внутрішнього середовища туристичного підприємства змушує приділяти більше уваги плануванню як інструменту для боротьби з невизначеністю майбутнього.

Планування є постійним процесом з двома основними причинами:

- досягнення поставлених цілей і, як наслідок, потреба встановлення нових цілей;
- невизначеність майбутнього і постійні зміни в зовнішньому середовищі вимагають коригування цілей, щоб вони відповідали новій реальності.

Планування - це вид управлінської діяльності, що передбачає визначення цілей та майбутнього стану підприємства, а також засобів і ресурсів, необхідних для досягнення цих цілей. Організація робіт, мотивація персоналу, контроль результатів і порівняння їх з плановими показниками відбуваються на основі розроблених планів туристичного підприємства. Під час планування можуть вноситися корективи і зміни до існуючих цілей і планів. Тому працівникам, які беруть участь у процесі планування, потрібні творчий підхід і гнучкість, щоб враховувати змінні обставини.

Під час планування керівництво туристичного підприємства повинно оцінити наступні аспекти діяльності:

- Аналіз слабких і сильних сторін туристичного підприємства в сфері виробництва (формування туристичного продукту, надання туристичних послуг), трудових ресурсів, фінансів та маркетингу.
- Визначення можливостей і загроз зовнішнього середовища, таких як конкуренція, екологічні умови, умови постачання тощо.
- Встановлення цілей і завдань туристичного підприємства.
- Визначення ресурсів і засобів, які необхідні для досягнення поставлених цілей і завдань.

Таким чином, планування є невід'ємною частиною управління туристичним підприємством. Воно сприяє визначенню мети, завдань та шляхів досягнення успіху, а також адаптується до змін у зовнішньому середовищі. Гнучкість і творчий підхід в процесі планування дозволяють підприємству адаптуватись до непередбачуваних ситуацій і забезпечити його стійкість і конкурентоспроможність.

По-перше, важливо визначити основні цілі та очікувані результати події. На цьому етапі необхідно забезпечити взаємодію між цілями та завданнями події і цілями та завданнями замовника, такими як приватні, маркетингові або іміджеві. Розуміння цих аспектів допоможе уникнути помилок під час підготовки та забезпечить максимальну ефективність події. Організаторам важливо розуміти, що чітко визначені завдання впливають на вибір різних складових події, таких як формат, тип, структура, технології, інструментарій, необхідність залучення фахівців та вибір локації.

Наступний етап - розробка концепції події, що включає основну ідею та коротке викладення сюжетної лінії. Розробка концепції події - це творчий



процес, під час якого створюється ефективне та унікальне рішення для досягнення поставлених завдань.

- Після визначення цілей та завдань події, необхідно:
- Сформулювати назву події, визначити дату, місце та тривалість проведення, забезпечуючи відповідність назви темі події, привертальність, оригінальність та відповідність бренду.
- Визначити формат події, класифікацію залежно від типу учасників та методів роботи з ними, а також визначити цільову аудиторію.
- Обґрунтувати основну ідею та образне вирішення.
- Створити адресну базу учасників, відвідувачів, гостей, партнерів та конкурентів.
- Визначити можливих спонсорів та методи їх залучення.
- Визначити інструменти та технології, які доцільно використовувати для реалізації основної ідеї, а також необхідне технічне обладнання, матеріали, реквізити, декорації та інше.
- На основі концепції події розробляється сценарій, який включає у себе деталізацію ходу заходу, послідовність подій, виступів та інших елементів програми.

Весь цей процес спрямований на те, щоб забезпечити успішну організацію та проведення події, відповідно до поставлених цілей та завдань, привернути увагу цільової аудиторії, залучити спонсорів і забезпечити незабутні враження для учасників.

У сценарії події послідовно відображаються художні й реальні елементи дії, а також вказуються способи переходу від однієї частини до іншої. Він також містить орієнтований напрям для імпровізаційних виступів та інших акцій, а автор робить ремарки про інтонації, мізансцени та додаткові ефекти. У сценарії

можуть бути включені художні твори або їх уривки, а також засоби для активізації учасників. Також планується оформлення та спеціальне обладнання приміщення.

При підготовці професійних заходів організатори повинні враховувати всі складові у сценарії: концепцію заходу, тривалість, зміст, специфіку аудиторії, кількість та статус запрошених гостей, вимоги до технічних служб і підрядників, а також особливості локації.

Досвідчені фахівці використовують спеціальну таблицю для написання сценарію, яка допомагає координувати діяльність всіх служб та учасників заходу і передбачити різні варіанти розвитку подій.

Для успішного проведення івенту, організатори повинні мати ясний план дій, розуміти свої цілі та мету івенту та враховувати побажання та потреби своєї аудиторії. Важливо також пам'ятати, що планування та організація івенту - це взаємодія багатьох елементів, тому кожен деталь повинен бути продуманий.

Організатори повинні враховувати також технічні деталі, такі як обладнання, звукова та світлова апаратура, декорації та інші технічні аспекти. Для забезпечення успіху івенту важливо також використовувати різноманітні канали масової комунікації для просування івенту та залучення аудиторії.

Важливо також не забувати про підготовку до проведення івенту, таку як налаштування обладнання, декорування приміщення, підготовку їжі та напоїв та інші технічні деталі. Під час проведення івенту, організатори повинні бути готові до різних ситуацій, що можуть виникнути, і мати готовий план дій на випадок непередбачуваних ситуацій.

Оцінка результатів івенту - це важливий етап, який дозволяє організаторам зрозуміти, наскільки успішним був івент та які аспекти потребують поліпшення. Для оцінки результатів івенту, організатори повинні вивчити відгуки учасників, підготувати звіт та знайти способи поліпшення наступного івенту.

Планування та організація заходів є критично важливим аспектом туризму. Він передбачає визначення, створення та виконання заходів, які приваблюють відвідувачів і сприяють розвитку індустрії туризму. Планування заходу вимагає ретельного розгляду різних факторів, включаючи цільову аудиторію, мету заходу, наявні ресурси та очікувані результати. У цій статті розглядаються особливості планування та організації заходів, зосереджуючись на основних елементах, які сприяють успіху заходів у туристичній індустрії.

Планування заходів відіграє вирішальну роль у розвитку індустрії туризму. Події надають туристам можливість відчувати унікальні та різноманітні культурні, спортивні та розважальні заходи, до яких вони можуть не мати доступу у своїй країні. Події також надають підприємствам можливість просувати свої продукти та послуги, отримуючи прибуток і створюючи можливості для працевлаштування. Крім того, події сприяють зростанню місцевої економіки, оскільки відвідувачі витрачають гроші на проживання, транспорт, їжу та інші товари та послуги.

Подія, як туристичний продукт, вимагає визначеної маркетингової стратегії для досягнення максимальної вигоди від його продажу. Часто під час таких заходів проводяться прямі продажі сувенірів та інших товарів, пов'язаних з подією. Це сприяє закріпленню позитивного враження від події та створенню ефекту екстерналії.

Заходи, що відбуваються в рамках організованої події, не завжди приносять пряму вигоду. Часто вони потребують значних капіталовкладень, що залучають ресурси всієї країни. Тому події можна розглядати як інвестиційні проекти, які можуть або не можуть виправдати очікування інвесторів, наприклад, організація Олімпіади в Афінах.

## 2.2. Особливості планування та організації івенту

Менеджмент, як наука, розвивається відповідно до законів і закономірностей суспільного та економічного розвитку. У практичному плані він реалізується з урахуванням сучасних тенденцій та реалій сучасності. Сучасні тенденції в менеджменті виявляються у розподілі менеджменту на різні напрямки, такі як менеджмент персоналу, інноваційний, інформаційний, креативний, маркетинговий, глобалізаційний та інші. Фірми сьогодні надають особливу увагу таким аспектам менеджменту, як якість, соціальний вплив, екологічна збалансованість, міжкультурний аспект та креативний підхід. Вони розглядають ці аспекти як самостійні системи управління, що базуються на принципах процесного підходу та оптимізації управлінської діяльності.

Процеси, які відбуваються в суспільстві, також впливають на трансформацію функцій менеджменту і сприяють появі нових підходів до технології управління. Інформаційно-комунікаційні технології стали ключовим механізмом, що стимулює ці нові підходи до технології менеджменту.

Під впливом нових чинників в менеджменті виникла потреба у визначених компонентах, які стали важливими складовими. Серед них можна виділити організаційну культуру, організаційну поведінку, корпоративний менеджмент, кризовий менеджмент і ризик-менеджмент.

Організаційна культура є інструментом управління, спрямованим на забезпечення конкурентоспроможності організації. Вона базується на нормативних і ціннісних принципах, координації управлінських елементів та встановлених стандартів поведінки. Організаційна культура враховує соціокультурні тенденції та успішну практику корпорацій, що допомагає підвищити ефективність управління.

Організаційна поведінка синтезує концепції, теорії та практику стосовно людей, груп та організацій загалом. Зростаюча роль людини в організаціях та

суспільстві робить поведінкові концепції важливим елементом сучасної методології управління персоналом. Ефективне управління поведінкою персоналу вимагає розробки відповідних технологій, які поєднують інституційні інструменти зі свободою творчості.

Корпоративний менеджмент виник як реакція на поширення корпоративних структур і корпоратизацію у багатьох сферах економіки. Він розвивався як самостійний напрямок, але його розвиток продовжується й сьогодні. Корпоративний менеджмент займається управлінням корпоративними структурами, вирішенням їхніх проблем і новими завданнями.

Кризовий менеджмент і ризик-менеджмент мають важливе значення для ефективного управління організаціями в умовах непередбачуваних ситуацій і зниженням ризиків.

Кризовий менеджмент спрямований на управління кризовими ситуаціями та вимагає вибору адекватних методів і технологій управління, враховуючи специфіку кожної організації. В умовах загальної кризи (політичної, економічної, екологічної, соціальної, моральної) кризовий менеджмент стає особливо актуальним. Завданням кризового менеджменту є не тільки дослідження факторів кризи і збереження контролю над кризовою ситуацією, але й запобігання її виникненню. Прогнозування грає важливу роль, дозволяючи виявити сигнали передкризової ситуації, аналізувати їх природу та джерела. Розвиток менеджменту запобігання стає новою управлінською технологією, спрямованою на попередження кризи та зменшення ризиків.

Ризик-менеджмент має на меті збалансування стратегічних можливостей організації з рівнем ризику. Він поєднує стратегічні та тактичні завдання, що стосуються управління ризиками. Його основна функція - забезпечити, щоб організація могла ефективно працювати в умовах невизначеності, ризику та небезпеки. Ризик-менеджмент дозволяє ідентифікувати, аналізувати та

оцінювати ризики, а також приймати заходи для їхнього зменшення або управління ризиками.

Організаційна культура є ще одним важливим елементом управління. Вона визначає цінності, норми, вірування та стандарти, які перебувають в основі діяльності організації. Організаційна культура впливає на спосіб, яким працівники сприймають та виконують свої обов'язки, взаємодіють між собою та спілкуються з клієнтами та іншими зацікавленими сторонами. Вона також визначає ступінь відкритості організації до інновацій та змін.

Корпоративний менеджмент є реакцією на швидке поширення корпоративних структур та корпоратизацію. Він спрямований на управління організацією як цілісним утворенням, зокрема на підтримку комунікації та співпраці між різними підрозділами та рівнями управління, встановлення загальних цілей та стратегій, контроль за дотриманням політик та процедур.

Усі ці складові менеджменту взаємодіють між собою і впливають на ефективність організації. Їх вивчення та впровадження дозволяє підвищити конкурентоспроможність та успішність організації шляхом використання передових методів та практик управління.

У сучасних умовах бізнесу, де конкуренція стає все більш жорсткою, менеджмент відіграє важливу роль у розвитку компаній. Якісний менеджмент є ключовим фактором успіху в будь-якому бізнесі, тому важливо розуміти основні складові цього процесу.

Якісний менеджмент охоплює комплексний підхід до управління бізнесом. Основні складові якісного менеджменту включають у себе наступні аспекти:

- Стратегія

Стратегія - це довгостроковий план розвитку компанії, що визначає основні цілі та завдання бізнесу. Вона включає в себе аналіз ринку, конкурентів, потреб споживачів, технологічні можливості та інші фактори, які впливають на

бізнес. Стратегія допомагає визначити напрямок розвитку компанії та планувати ресурси, необхідні для її реалізації.

- Організація

Організація - це процес створення оптимальної структури компанії, яка дозволяє досягати поставлених цілей. Цей аспект менеджменту включає в себе розподіл функцій та відповідальності між працівниками, розробку процедур та політик, які допомагають забезпечити ефективну роботу компанії.

- Комунікація

Комунікація - це процес передачі інформації між різними структурними підрозділами компанії. Цей аспект менеджменту допомагає забезпечити взаєморозуміння між працівниками та підтримує ефективну комунікацію з клієнтами та іншими стейкхолдерами компанії. Ефективна комунікація забезпечує зменшення ризику непорозумінь та помилок, що можуть знизити якість роботи компанії.

- Керування проектами

Керування проектами - це процес управління проектами, які допомагають досягнути поставлених цілей компанії. Цей аспект менеджменту включає в себе планування, координацію та контроль за роботою команди. Ефективне керування проектами допомагає забезпечити виконання робіт вчасно та з високою якістю.

- Контроль якості

Контроль якості - це процес вимірювання та оцінки якості продукції або послуг компанії. Цей аспект менеджменту допомагає забезпечити, що продукція або послуги компанії відповідають вимогам та очікуванням клієнтів. Контроль якості може бути виконаний за допомогою різних методів, таких як тестування продукції, опитування клієнтів та інші.

### 2.3. Основні напрямки event-туризму в Україні та світі

Україна є країною з багатою культурною спадщиною, що надає безліч можливостей для розвитку event-туризму. Найбільш популярними заходами в Україні є фестивалі мистецтва, музики та культури, такі як «Євробачення», «Файне Місто», «Казковий ліс», «Львівський міжнародний фестиваль» та багато інших. Крім того, Україна має великий потенціал у розвитку спортивного event-туризму, наприклад, заходів таких як «Чемпіонат світу з боксу», «Європейські ігри», «Міжнародний турнір з футболу» та інших.

У світі, основними напрямками event-туризму є спортивні змагання, музичні та культурні фестивалі, конференції та виставки. Спортивні заходи, такі як Олімпійські ігри, Чемпіонат світу з футболу, тенісні Grand Slam турніри, збирають мільйони туристів з усього світу. Музичні та культурні фестивалі, такі як Glastonbury, Coachella, Tomorrowland та інші, також забезпечують великий потік туристів з усього світу.

Розглянемо більш детально найпопулярніші світові музичні фестивалі зазначені у табл. 2.1.

*Таблиця 2.1.*

#### **Найбільші щорічні музичні фестивалі світу 2019 р.**

№	Назва заходу	Місце проведення	Інформація про захід
1	Donauinselfest	Австрія, м. Відень	Музичний фестиваль
2	Mawazine	Марокко, м. Рабат	Тижневий музичний фестиваль
3	Montreal International Jazz Festival	Канада, м. Монреаль	Найбільший джазовий фестиваль у світі



4	Summerfest	США, шт. Вісконсін, м. Мілуокі	Щорічний культурний та музичний фестиваль
5	Woodstock (Pol'and'Rock)	Польща, м. Костшин-над-Одрою	Музичний фестиваль, один з найбільших у Європі
6	Rock in Rio	Бразилія, м. Ріо-де-Жанейро	Найбільший музичний рок-фестиваль в Бразилії
7	Sziget	Угорщина, м. Будапешт	Дворазовий переможець звання “Кращий великий європейський фестиваль”
8	Essence Music Festival	США, м. Новий Орлеан	Свято афроамериканської культури
9	New Orleans Jazz Festival	США, м. Новий Орлеан	Щорічний фестиваль музики та мистецтва, джазу
10	Electric Daisy Carnival	США, м. Лас Вегас	Фестиваль електронної танцювальної музики,

*Примітка: сформовано на основі джерела [33]*

Крім того, в світі поширені такі види event-туризму, як фестивалі їжі та вина, мистецтва та дизайну, наукові конференції та виставки. Такі заходи привертають туристів з різних країн, які бажають не лише відпочити, але й пізнати нові культури та отримати нові знання.

У порівнянні зі світом, Україна має значно менший обсяг event-туризму, проте, з року в рік спостерігається зростання популярності фестивалів та інших заходів серед туристів. Крім того, Україна здатна залучати значну кількість туристів зі світу на спортивні заходи, такі як чемпіонати світу та Європи з боксу, футболу, біатлону, тенісні турніри та інші.

Одним з найбільших переваг українського event-туризму є відносно низька ціна на заходи в порівнянні зі світовими аналогами. Це стимулює зростання потоку туристів в Україну та розвиток нових заходів. (табл.2.2)

Таблиця 2.2

№	Назва заходу	Місце проведення	Дати проведення	Вартість квитків
1	Ostrov Festival	Київ	15-17 червня	1300-2999 грн/д
2	Leopolis Jazz Fest	Львів	26-30 червня	Вхід вільний VIP зони від 450грн/д
3	Atlas Weekend	Київ	9-14 липня	1050-6500 грн/д
4	UPark Festival	Київ	16-18 липня	1499-6099 грн/д
5	Faine Misto	Тернопіль	25-28 липня	810-2600 грн/д
6	BezVizFestival	Дніпро	2-4 серпня	690-1000 грн/д
7	Zaxid Fest	с. Родатичі	16-18 серпня	1100 грн/3 дні
8	Brave!Factory	Київ	24-25 серпня	45 євро/2 дні
9	Rock In Kyiv	Київ	23 червня	Вхід вільний
10	ElectricMeadow	Львівська область	20 липня	Вхід вільний

*Примітка: сформовано на основі джерела [6]*

Отже, event-туризм є динамічно розвиваючимся сегментом туристичного ринку як в Україні, так і в світі. Найпопулярнішими напрямками є спортивні заходи, музичні та культурні фестивалі, конференції та виставки. У світі event-туризм має значно більший обсяг, ніж в Україні, однак український ринок має великий потенціал у розвитку та приваблює туристів за відносно низькою ціною на заходи. Розвиток event-туризму в Україні є важливим для підтримки економіки та просування країни як туристичного напрямку, тому необхідно продовжувати розвивати та просувати нові заходи та напрямки в цьому сегменті.

Для успішного розвитку event-туризму в Україні необхідно залучати як місцевих, так і зарубіжних інвесторів, розвивати інфраструктуру та послуги для туристів. Крім того, необхідно створювати нові туристичні маршрути та програми для приваблення туристів зі світу, а також розвивати співпрацю з міжнародними організаціями та агентствами, що спеціалізуються на організації подій та заходів.

Також важливим є підтримка ініціатив місцевих громад, які можуть самостійно створювати та організовувати свої заходи, які згодом можуть стати популярними серед туристів.

Отже, event-туризм є важливим сегментом туристичного ринку, який має великий потенціал у розвитку в Україні. Необхідно продовжувати працювати над створенням нових туристичних заходів та напрямків, залучати інвесторів та підтримувати ініціативи місцевих громад для просування України як туристичної країни.

Аналіз літератури показав, що подієвий туризм є популярною галуззю як в Україні, так і в світі. В Україні основними напрямками подієвого туризму є культурно-історичні та релігійні заходи, а також спортивні змагання. Деякі з популярних подій в Україні включають Львівський фестиваль пива, Одеський міжнародний кінофестиваль і Міжнародний фестиваль українського танцю. Ці заходи приваблюють вітчизняних та іноземних туристів та сприяють розвитку місцевої економіки.

У світі основними напрямками подієвого туризму також є культурні, історичні та релігійні заходи, але з більшою увагою до розважальних заходів, таких як музичні фестивалі, спортивні заходи, тематичні парки. Наприклад, фестиваль музики та мистецтв Coachella Valley у Сполучених Штатах, фестиваль Glastonbury у Великій Британії та фестиваль Tomorrowland у Бельгії є одними з найбільших музичних фестивалів, які щороку приваблюють тисячі туристів. Спортивні події, такі як Олімпійські ігри, Чемпіонат світу з футболу та

Суперкубок, також є головними туристичними визначними пам'ятками, які приносять значні доходи для приймаючих країн.

Незважаючи на відмінності в основних напрямках подієвого туризму в Україні та світі, є певна схожість. Наприклад, і в Україні, і в усьому світі пропонуються заходи, які популяризують місцеву культуру та традиції, такі як народні фестивалі та культурні виставки. Більше того, як Україна, так і світ пропонують заходи, які задовольняють певні інтереси та ніші, такі як фестивалі їжі, покази мод та конвенції коміксів.

Проте є й деякі виклики, з якими стикається подієвий туризм в Україні та світі. Одним із викликів є відсутність інфраструктури та засобів для проведення масштабних заходів. В Україні деякі міста та регіони не мають належного транспорту, розміщення та розваг, щоб задовольнити потреби туристів. У світі деякі приймаючі країни стикаються з подібними проблемами, оскільки недостатні засоби та інфраструктура призводять до перенаселеності та поганого досвіду відвідувачів.

Ще одним викликом є необхідність ефективних стратегій маркетингу та просування для залучення туристів. В Україні деякі заходи погано рекламуються та просуваються, що призводить до низької відвідуваності та доходів. У світі деякі події можуть мати сильну популярність бренду, але все ще важко привабити туристів через поганий маркетинг і просування.

Підсумовуючи, подієвий туризм є індустрією, що розвивається в Україні та світі, у багатьох містах та регіонах проводяться заходи, які приваблюють вітчизняних та іноземних туристів. Хоча основні напрямки подієвого туризму в Україні та світі відрізняються, є певна схожість, і обидва стикаються з подібними проблемами, такими як недостатня інфраструктура та поганий маркетинг і просування. Для максимального використання потенціалу подієвого туризму Україні та світу важливо інвестувати в інфраструктуру та об'єкти, розвивати ефективний маркетинг

## РОЗДІЛ 3. ОРГАНІЗАЦІЯ БЛАГОДІЙНОГО ІВЕНТУ У ПЕРІОД ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ

### 3.1. Визначення та формування основної концепції заходу

Враховуючи складну ситуацію, пов'язану з військовим станом, благодійний івент повинен відображати необхідність надання допомоги військовим, їхнім сім'ям та постраждалим від війни.

Зупинимось на такому типі івентів, як благодійний концерт та додамо до нього елементи аукціону. Наприклад: продаж мерч-продукції артистів та/або трофеїв переданих волонтерами без фіксованої ціни, а за принципом «хто готовий заплатити більше – того і річ».

Розглянемо концепцію більш детально:

- Мета: збір коштів для підтримки військових, які повертаються додому після служби, а також для допомоги сім'ям загиблих та поранених військових.
- Концепція заходу: благодійний концерт з елементами аукціону. на концерт будуть запрошені відомі музиканти та співаки, які виступлять безкоштовно на підтримку ідеї.
- Аукціон: під час концерту буде проведений аукціон предметів відомих особистостей, таких як підписані книги, футболки та інші речі, які будуть пожертвовані для благодійної мети, а також артефакти з місць бойових дій, що надані волонтерами. Переможці аукціону матимуть можливість зустрітися зі своїми улюбленими зірками та отримати автографи.
- Продаж квитків: квитки на концерт будуть продаватися заздалегідь та на місці проведення заходу. Крім того, буде забезпечено можливість пожертвувати кошти безпосередньо під час концерту.

- Реклама: захід буде рекламуватися в соціальних мережах, на сайтах новин та на радіо. Організатори також можуть звернутися до військових організацій та благодійних фондів для підтримки та реклами.
- Управління фінансами: всі зібрані кошти будуть передані довіреним фондам та організаціям, які забезпечують підтримку військовим та їх сім'ям.

Таким чином благодійний концерт є чудовим способом збору коштів для підтримки військових та їх сімей

Визначення концепції події є першим і одним з найважливіших етапів організації благодійного концерту з елементами аукціону. На цьому етапі потрібно визначити головну ідею, яку буде передавати захід, і детально розробити концепцію, яка відображає цю ідею. Для визначення концепції потрібно враховувати цільову аудиторію та спонсорів, а також тему благодійної дії. Важливо обрати тему, яка буде цікавою та актуальною для місцевої громади та спонсорів, а також тему, що підтримується організаторами та дозволена законодавством.

Концепція події може бути заснована на ідентичності, культурі, історії, традиціях, спорті або мистецтві. Наприклад, якщо благодійний концерт з елементами аукціону присвячений ветеранам, то можна використовувати тему патріотизму та воєнної історії країни. В такому випадку, концепцію можна побудувати на основі національних символів та кольорів.

Для успішної концепції потрібно визначити, які елементи включити до програми заходу, яким чином співпрацювати з артистами, а також як організувати аукціон. Важливо, щоб концепція відповідала меті благодійної дії та була зрозумілою та привабливою для цільової аудиторії.

Планування та організація благодійного концерту з елементами аукціону має бути здійснена з урахуванням вимог законодавства. У разі організації заходу

в умовах військового стану, це особливо важливо. Для організації благодійного концерту з елементами аукціону в умовах військового стану необхідно дотримуватися наступних кроків:

- Отримання дозволів

Організаторам благодійного концерту з елементами аукціону необхідно отримати дозволи від місцевої влади та військових відомств. Це може включати отримання дозволів на встановлення сцени та електропостачання, забезпечення безпеки глядачів, організацію транспорту тощо.

- Відбір локації

Організаторам необхідно вибрати локацію для проведення благодійного концерту з елементами аукціону. Локація повинна відповідати потребам заходу та бути зручною для глядачів. Важливо враховувати, що в умовах військового стану можуть бути обмеження щодо місця проведення заходу.

- Вибір артистів та підготовка програми

Вибір артистів та підготовка програми є важливим етапом організації благодійного концерту з елементами аукціону. Організаторам необхідно відшукати артистів, які готові виступити безкоштовно або за символічну плату. Важливо враховувати, що в умовах військового стану можуть бути обмеження щодо проведення масових заходів, тому може знадобитися додаткова згода військових відомств на проведення заходу.

Для підготовки програми необхідно визначити жанр та формат виступів, а також їхній хронометраж. Також можна розглянути можливість запрошення спеціальних гостей або виконавців зі світовим ім'ям. Важливо враховувати, що програма повинна бути цікавою та різноманітною для цільової аудиторії.

- Підготовка промо-матеріалів

Для просування благодійного концерту з елементами аукціону необхідно підготувати промо-матеріали. Це може бути реклама у засобах масової інформації, на сайтах соціальних мереж, відео-ролики, банери та плакати. Промо-матеріали повинні бути зрозумілими та привабливими для цільової аудиторії.

- Планування аукціону

Аукціон може бути важливою частиною благодійного концерту, оскільки може дозволити зібрати додаткові кошти на благодійність. Для планування аукціону необхідно визначити предмети, які будуть виставлені на торги, та їхню мінімальну ціну. Також потрібно визначити спосіб проведення аукціону, наприклад, чи будуть аукціонери читати лоти на сцені, чи ж буде проводитися онлайн-аукціон. Також необхідно вирішити питання щодо оплати за предмети, які були продані на аукціоні.

- Вибір та оформлення місця проведення

Вибір місця проведення благодійного концерту з елементами аукціону є одним із найважливіших кроків в організації такого заходу. Важливо враховувати розмір місця проведення та його відповідність програмі заходу. Також потрібно враховувати зручність місця для гостей та учасників заходу, доступність транспортної інфраструктури та паркування.

Оформлення місця проведення також має важливе значення для створення відповідної атмосфери заходу. Декорування приміщення має відповідати тематиці заходу, а також створювати комфортну та святкову атмосферу для гостей.

- Планування та забезпечення безпеки

Умови військового стану можуть зумовлювати додаткові вимоги до забезпечення безпеки на заході. Організаторам необхідно враховувати можливі ризики та забезпечити безпеку учасників та гостей заходу.



Один зі способів забезпечення безпеки на заході - це найм охоронної служби. Охоронні служби можуть забезпечити контроль доступу на захід, встановлення металошукачів та відеоспостереження на території заходу.

Також важливо забезпечити дотримання протипожежних норм та правил. Для цього потрібно провести інструктаж для усіх учасників та гостей заходу та визначити зони евакуації у разі надзвичайної ситуації.

- Підготовка інформації та просування заходу

Для успішної організації благодійного концерту з елементами аукціону необхідно підготувати інформацію про захід та розповсюдити її серед потенційних учасників та гостей.

Першим кроком є підготовка детальної інформації про захід, яку можна розмістити на сайті заходу, у соціальних мережах та інших медіа. Інформація повинна містити дату, час, місце проведення, програму заходу, перелік аукціонних лотів, правила участі в аукціоні та іншу важливу інформацію.

Також важливо розробити стратегію просування заходу. Наприклад, можна використовувати соціальні мережі, рекламні банери на вулицях та в транспорті, прес-релізи та інші інструменти.

### **3.2. Процес планування та організації концерту**

Організація концерту під час військового стану є складною і відповідальною задачею, яка потребує ретельного планування та підготовки. У таких умовах збір коштів та підтримка військових стає особливо важливим завданням, яке може зробити великий внесок у покращення умов життя військовослужбовців та їх сімей.

Військовий стан - це особливий період у житті країни, коли виникають різноманітні виклики та загрози для національної безпеки. У таких умовах організація благодійного концерту стає важливим інструментом залучення

коштів та підтримки військових. Проте організація концерту під час військового стану має свої особливості та вимоги.

По-перше, важливо дотримуватись вимог законодавства та отримати дозвіл на проведення концерту. У період військового стану діють особливі правила та обмеження, які можуть вплинути на організацію та проведення заходу, як наприклад комендантська година. По-друге, необхідно враховувати психологічний стан населення та військових.

Крім того для проведення подібних подій під час дії військового необхідно отримати письмовий дозвіл від адміністрації міста, а також вибрати майданчик, що буде мати на території захищену споруду, яку можна використати у якості укриття на випадок повітряних тривог.

Підготовка залу для концерту - це також важлива складова організації івенту. У разі проведення концерту у військовій зоні, потрібно забезпечити безпеку відвідувачів і музикантів, тому слід ретельно перевірити приміщення на наявність потенційних небезпек, зокрема: наявність вогненної техніки, пожежних виходів, витяжної вентиляції, електричних мереж із супутніми системами заземлення і інші важливі аспекти.

Також слід визначитися з вимогами до обладнання залу. Зал повинен бути оснащений звуковою і світловою апаратурою. Для забезпечення хорошої якості звуку варто звернути увагу на наступні питання:

- вибір місця розташування звукових динаміків;
- регулювання гучності звуку;
- зменшення резонансу і ехо в залі;
- підготовка звукознімального обладнання для запису концерту.

У разі проведення концерту великого масштабу слід піклуватися про наявність екранів та проекторів для кращого візуального сприйняття події.

Крім того, важливо забезпечити безпеку концерту, оскільки військовий стан передбачає збільшення заходів безпеки та пожежної безпеки. Організатори повинні уважно планувати маршрути евакуації, забезпечити наявність пожежних виходів, засобів пожежогасіння, перевірити роботу системи освітлення і звукового обладнання. Також важливо забезпечити безпеку входів та виходів, адже військові стани можуть супроводжуватися більш жорстким контролем на дорогах та в пунктах пропуску. Організатори повинні співпрацювати з органами безпеки та правопорядку для забезпечення безпеки учасників та гостей концерту.

Крім того, організаторам потрібно враховувати вимоги законодавства. В деяких країнах під час військового стану можуть діяти особливі правила, які стосуються масових заходів. Наприклад, можуть бути обмеження на проведення великих зборів людей або вимоги щодо отримання дозволу на проведення заходу від військових властей. Організаторам необхідно детально вивчити законодавство та дотримуватися всіх вимог.

Основні правила організації концерту:

- Перевірити місце проведення концерту за 1-2 години до початку події.
- Призначити відповідальних осіб для роботи на сцені, за сценою, біля входу та у глядацькій залі. Також визначити особу, що зустрічатиме запрошених гостей.
- Запевнитися, що є особи, відповідальні за окремі колективи та розміщення їх у відведених приміщеннях для перевдягання.
- Розвісити програму концерту ("бігунок") за сценою та на сцені.
- Встановити час збору учасників концерту не менше ніж за 30 хвилин до початку події.
- Перед початком концерту перевірити готовність всіх учасників і налаштувати їх на виступ.

- Забезпечити постійне зростання темпу концерту. Використовувати прийом "живої завіси", коли на сцену виходять наступні виконавці під час поклону попередніх. Використовувати також прийом "накладки", коли ведучий або ведуча анонсує наступний номер.
- Коротко і збагнуто оголошувати номери ведучим. Не робити зайвих "підводок" до кожного номеру. Зазвичай ведучі виходять на сцену на початку й у кінці концерту, інші номери програми оголошуються за кулісами.
- Використовувати помічників, які виконують додаткові завдання, такі як виносити декорації, переставляти меблі та мікрофони, забирати зайві речі.
- Організатор концерту повинен постійно перебувати на сцені для контролю всього, що відбувається.

### **3.3. Основні етапи контролю за проведенням концерту**

Після завершення всіх підготовчих робіт, настає найвідповідальніший етап - безпосереднє проведення івенту. Весь попередній організаційний та творчий процес концентрується на створенні готового продукту для презентації гостям та учасникам заходу. Розглянемо роботу, яка здійснюється на майданчику до початку, під час та після завершення івенту.

Зазвичай, напередодні або в день проведення івенту відбувається генеральна репетиція, яка завершує підготовку заходу та має на меті остаточно узгодити дії учасників, уточнити деталі та врахувати відступи від сценарію, якщо такі мають місце. Важливо переконатись, що всі учасники мають на руках відповідний тип сценарію, чітко розуміють та виконують свої обов'язки. Крім сценарію, організатори та учасники керуються часовим розкладом. Це основа будь-якого заходу, яка не тільки визначає його хід та вносить почуття організованості, але й дозволяє уникнути зіткнень та непорозумінь. Часовий

розклад регулює та забезпечує контроль за ходом заходу в цілому та окремих його складових протягом визначених часових рамок.

Зазвичай, часовий розклад включає наступні пункти:

- точний час початку та закінчення заходу;
- послідовність дій на майданчику та чітко визначений час, відведений на кожну з них, наприклад:

18:00 - музика грає при прибутті гостей;

18:15 - початок програми, вітальне слово вед учих;

18:20 - виступ президента компанії;

18:30 - нагородження гостей;

18:45 - початок концертної програми і т.д.;

- час та особливості виступу артистів (входження артистів з-за лаштунків, з'явлення з глядацької зали тощо);
- музичний супровід;
- світлові акценти;
- відеоряд і спецефекти під час виступів;
- перерви;
- час зміни декорацій і доставки реквізиту;
- очікувані дії цільових груп (конкурси, танці, розваги, фотографування);
- початок фуршету/банкету і т.д.

Щоб уникнути непередбачених ситуацій, професійні організатори складають кілька планів-таймінгів для різних учасників та служб, включаючи координатора, звукорежисера, світлотехнічні служби, ведучого та

адміністраторів. В рамках масштабних івент-проектів це є необхідною умовою, яка суттєво зменшує ризик непередбачених ситуацій та забезпечує загальне розуміння процесу.

Перед початком заходу проводиться узгодження монтажу та демонтажу обладнання. Потім відбувається процес комутації та налаштування технічних засобів, таких як звукова та відеоапаратура, світлові прилади, лазери, піротехнічні засоби, генератори диму тощо. Фахівці, які відповідають за ці технічні аспекти, повинні мати відповідну компетенцію й чітко працювати за сценарієм, щоб акцентувати увагу аудиторії на ключових моментах заходу та створити ефектну атмосферу на майданчику, що позитивно вплине на загальне враження від події.

Особлива увага приділяється звуковому оформленню заходу. За цей аспект відповідає звукорежисер - фахівець, який забезпечує звуковий супровід івенту, включаючи гучність звуку, його передачу, послідовність та налаштування звукового обладнання. Звукорежисер співпрацює з режисером-постановником заходу, продюсерами та технічним директором для досягнення якісного звукового супроводу. Іноді він також виступає головним техніком, який відповідає за якість звуку протягом всього заходу. Підбір обладнання, його потужність, рівень і характеристики повинні відповідати поставленим завданням івенту, особливостям приміщення та вимогам виконавців, зазначеним у технічних вимогах.

Якісне і професійно створене звукове оточення забезпечує високу якість виступу артистів та музичних виконавців, а для аудиторії - комфортне та емоційне сприйняття події. Для цього перед початком заходу проводиться звукова перевірка (саундчек), а потім робота відбувається відповідно до уточненого сценарію.

Проведення благодійного концерту під час військового стану має свої ризики та можливі негативні наслідки. Для того, щоб уникнути таких наслідків, слід звернути увагу на наступні аспекти:

- Перевірка учасників заходу та відвідувачів на наявність зброї та інших небезпечних речей.
- Забезпечити ефективну комунікацію між усіма учасниками івенту: зірками, спонсорами, волонтерами, рятувальниками та іншими службами.
- Вивчити всі необхідні дозволи і зміни в законодавстві, що пов'язані з військовим станом. Організатор повинен піклуватись про дотримання всіх вимог і правил, які встановлені під час військового стану.
- Розглянути можливість проведення заходу в місцях, де можна забезпечити максимальну безпеку для учасників та глядачів. Місце проведення повинно відповідати всім вимогам безпеки та захисту здоров'я.
- Врахувати можливість надання допомоги інвалідам та людям з обмеженими можливостями. Передбачити спеціальні місця для них, а також забезпечити наявність вільних місць для пересування по майданчику.
- Приділити увагу харчуванню учасників та глядачів. Забезпечити наявність достатньої кількості їжі та напоїв, а також дотримання всіх вимог щодо їх якості та безпеки.
- Забезпечити наявність необхідного обладнання для проведення концерту, такого як звукові системи, світлові ефекти та інше.
- Приділити увагу охороні здоров'я та безпеці під час проведення концерту. Для цього слід забезпечити наявність медичної допомоги та надати необхідну інформацію щодо заходів з безпеки на випадок надзвичайних ситуацій.
- Навчити волонтерів та інших учасників заходу заходам безпеки та поведіння у надзвичайних ситуаціях.

Організатори благодійного концерту повинні працювати як одна команда та чітко виконувати свої обов'язки. Кожен член команди має бути своєчасно проінформований про зміни в програмі заходу та інші непередбачувані ситуації.

Важливо дотримуватися графіку проведення заходу та контролювати тривалість виступів артистів та проведення аукціону. Якщо з'являється затримка в розкладі, потрібно швидко вирішувати проблеми та забезпечувати взаємодію з учасниками заходу.

Окремої уваги потребує контроль за підготовкою аукціонних лотів. Перед проведенням благодійного концерту з елементами аукціону необхідно перевірити наявність та стан кожного лота. Кожен лот повинен мати опис, фото та початкову ціну. Важливо також забезпечити належну експозицію та інформування про кожен лот.

Однією з важливих задач організаторів є забезпечення безпеки та комфорту гостей. Перед проведенням заходу потрібно провести перевірку безпеки місця проведення та забезпечити необхідний рівень охорони. Також потрібно забезпечити комфортні умови для перебування гостей, зокрема, створити зручні зони відпочинку, забезпечити достатню кількість місць для сидіння та інші умови.

Після завершення концерту необхідно виконати облік фінансів та підготувати звітність. Необхідно уважно відстежувати всі витрати та доходи, що пов'язані з організацією заходу. Також потрібно підготувати детальну звітність про використання зібраних коштів та передати їх до відповідних благодійних організацій. Однією з важливих складових організації благодійного концерту є робота зі зв'язками з громадськістю. Необхідно забезпечити максимальну відкритість та прозорість у проведенні заходу. Для цього можна використовувати різні засоби комунікації, зокрема, соціальні мережі, засоби масової інформації тощо. Також важливо залучити до заходу якомога більше людей, зокрема, відомих та впливових осіб.



Організація благодійного концерту з елементами аукціону є складним та відповідальним процесом, який потребує великої уваги та детального планування. Для успішного проведення заходу необхідно враховувати вимоги законодавства, забезпечувати якісну підготовку артистів та аукціонних лотів, контролювати розклад заходу та забезпечувати безпеку та комфорт гостей.

Крім того, необхідно мати певний досвід та знання у сфері івент-менеджменту, бути готовими до непередбачуваних ситуацій та швидко реагувати на них. Важливо також залучити до організації благодійного концерту відповідальних та досвідчених фахівців, які зможуть забезпечити якісне та ефективне проведення заходу.

Заходи з благодійності та філантропії стають все популярнішими та важливішими в сучасному світі. Організація благодійного концерту з елементами аукціону може стати важливою складовою цього процесу та допомогти залучити кошти на розвиток соціальних проектів та підтримку нужденних груп населення. Однак важливо пам'ятати про відповідальність та етику у проведенні заходу та забезпечити максимальну прозорість та відкритість у використанні отриманих коштів.

Також важливо залучити до організації благодійного концерту відповідальних та досвідчених фахівців, які зможуть забезпечити якісне та ефективне проведення заходу. Робота зі зв'язками з громадськістю, зокрема, використання різних засобів комунікації та залучення відомих та впливових осіб, також можуть допомогти залучити більше уваги до благодійного заходу та забезпечити максимальну прозорість та відкритість у проведенні заходу.

Заходи з благодійності та філантропії стають все більш популярними та широко підтримуваними у суспільстві. Проте, організація благодійного концерту з елементами аукціону в умовах військового стану може мати свої особливості та виклики, які потрібно враховувати та вирішувати.

## ВИСНОВКИ

Event-туризм є значущим сегментом туристичного ринку, який має великий потенціал для розвитку в Україні. Необхідно продовжувати працювати над створенням нових туристичних подій та напрямків, залучати інвесторів та підтримувати ініціативи місцевих громад для підвищення привабливості України як туристичної країни.

Дослідження літератури свідчить про популярність подієвого туризму як в Україні, так і в світі. Україна пропонує різноманітні напрямки подієвого туризму, зокрема культурно-історичні, релігійні та спортивні події. Деякі з відомих заходів в Україні включають Львівський фестиваль пива, Одеський міжнародний кінофестиваль і Міжнародний фестиваль українського танцю. Ці події приваблюють як внутрішніх, так і зарубіжних туристів і сприяють економічному розвитку регіонів. В період перед пандемією Covid-19 цей сегмент туризму в Україні набув великої популярності і в майбутньому має гарні перспективи.

Менеджмент включає в себе планування, маркетинг, впровадження та оцінку подій, вимагає здатності вирішувати проблеми, такі як фінансові обмеження, логістичні виклики та зміну уподобань споживачів. Організація події включає концептуалізацію, вибір місця проведення, маркетинг, розробку програми, логістику та оцінку.

Планування та організація є складним та відповідальним процесом, яке потребує пристрасної уваги та детального підходу. Для успішного проведення події необхідно враховувати юридичні вимоги, гарантувати якісну підготовку артистів та аукціонних лотів, контролювати розклад заходу та забезпечувати комфорт та безпеку гостей.

Крім цього, необхідно мати досвід та знання в галузі івент-менеджменту, бути готовим до непередбачуваних ситуацій та оперативно реагувати на них. Важливо також залучити відповідальних та досвідчених фахівців до організації благодійного концерту, які зможуть забезпечити його якісне та ефективне проведення.

## РЕЗЮМЕ

Кваліфікаційну роботу на тему: «Event-менеджмент в індустрії туризму» присвячено дослідженню ключових аспектів організації масових культурних заходів (івентів) у контексті туристичної діяльності. Мета дослідження полягає у аналізі івент-менеджменту в індустрії туризму з ціллю розкриття його теоретичного та практичного значення для покращення ефективності організації культурних заходів. У процесі написання були поставлені та виконані наступні завдання:

- Проаналізувати теоретичні аспекти івент-менеджменту в контексті туризму, включаючи його основні принципи, стратегії планування та виконання подій, а також роль івент-менеджера в організації туристичних заходів.

- Вивчити досвід успішного застосування івент-менеджменту в туризмі на національному та міжнародному рівнях, зокрема, дослідити приклади успішних туристичних подій, фестивалів та конференцій, які сприяли розвитку туризму та приверненню туристів.

- Виявити проблеми та виклики, з якими зіштовхуються туристичні підприємства при організації туристичних подій, включаючи фінансові, маркетингові, організаційні та логістичні аспекти, а також вплив на сталість та екологічну стійкість.

Об'єктом дослідження в роботі виступає івент менеджмент та його роль у туристичній галузі. Предметом є вітчизняний та світовий досвід організації масових культурних заходів у контексті туризму, теоретичні та практичні аспекти використання менеджменту в контексті створення та проведення івентів, проблеми та тенденції розвитку напрямку івент туризму.

Дослідження проводилося за допомогою таких **методів дослідження**: спостереження, порівняння, аналізу, синтезу, індукції і дедукції.

Робота розкриває поняття подієвого туризму, його основні елементи та етапи організації івенту з використанням якісного менеджменту. Наводяться

приклади успішних концепцій та методичні рекомендації щодо організації якісної події на прикладі концерту.

**Ключові слова:** туризм, менеджмент, event, організація, дослідження

## RESUME

The qualification work on the topic: "Event management in the tourism industry" is dedicated to the study of key aspects of the organization of mass cultural events (events) in the context of tourism. The purpose of the study is to analyze event management in the tourism industry with the aim of revealing its theoretical and practical significance for improving the effectiveness of the organization of cultural events. In the process of writing, the following tasks were set and completed:

- To analyze the theoretical aspects of event management in the context of tourism, including its main principles, strategies for planning and executing events, as well as the role of the event manager in the organization of tourist events.
- To study the experience of successful application of event management in tourism at the national and international levels, in particular, to investigate examples of successful tourist events, festivals and conferences that contributed to the development of tourism and the attraction of tourists.
- Identify the issues and challenges faced by tourism businesses in organizing tourism events, including financial, marketing, organizational and logistical aspects, as well as the impact on sustainability and environmental sustainability.

The object of research in the work is event management and its role in the tourism industry. The subject is domestic and world experience in organizing mass cultural events in the context of tourism, theoretical and practical aspects of using management in the context of creating and holding events, problems and trends in the development of event tourism.

The research was conducted using the following research methods: observation, comparison, analysis, synthesis, induction and deduction.

The work reveals the concept of event tourism, its main elements and stages of event organization using quality management. Examples of successful concepts and

methodical recommendations for organizing a high-quality event using the example of a concert are given.

Keywords: tourism, management, event, organization, research

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аналіз стану туризму в Україні під час війни. *Все про туризм*. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/reva.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/reva.htm) (дата звернення: 14.04.2023).
2. Андріїв Н., Герешко О., Мартинюк М. Менеджмент соціокультурної діяльності. *Humanities science current issues*. 2020. Т. 1, № 34. С. 11–17. URL: <https://doi.org/10.24919/2308-4863/34-1-2> (дата звернення: 14.05.2023).
3. Артюх К. Вплив російсько-української війни на туристичну галузь в Україні та світі: що нас чекає в майбутньому – delo.ua. *Останні новини України та світу онлайн - Головний діловий портал Delo.ua*. URL: <https://delo.ua/opinions/vpliv-rosiisko-ukrayinskoji-viini-na-turisticnu-galuz-v-ukrayini-ta-sviti-shho-nas-cekaje-v-maibutnyomu-405634/> (дата звернення: 14.04.2023).
4. Безус А. М. Менеджмент : навч. посіб. Київ : АМУ, 2015. 268 с.
5. Войчак А. В. Маркетинговий менеджмент : Навч.- метод. посіб. для самос. вивч.дисц. Київ : КНЕУ, 2000. 100 с.
6. Вперед за музикою та емоціями: головні фестивалі, концерти та інші розваги літа 2019 в Україні. *Новини України - останні новини України сьогодні - УНІАН*. URL: <https://www.unian.ua/tourism/wheretogo/10570530-vpered-zamuzikoyu-ta-emociyami-golovni-festivali-koncerti-ta-inshi-rozvagi-lita-2019-v-ukrajini.html> (дата звернення: 09.04.2023).
7. Казюка Н. П. Специфіка стратегічного менеджменту туристичного підприємства. *The actual problems of regional economy development*. 2020. Т. 2, № 16. С. 246–253. URL: <https://doi.org/10.15330/apred.2.16.246-253> (дата звернення: 14.05.2023).
8. Ковтун Т. В. Подієвий маркетинг у системі інтегрованих маркетингових комунікацій. *Інформаційне суспільство*. 2010. Вип. 12, лип. - груд. С. 20–27.
9. Кучай О. В. Основні тенденції та нові напрями розвитку туризму при включенні України в глобальний ринок туристських послуг. *Культура і освіта*

*фахівців туристської сфери: сучасні тенденції та прогнози* : мат-ли III Міжнар. науково-практ. конф., м. Київ, 13–14 жовт. 2004 р. Київ, 2005. С. 274–275.

10. Латковська Т. А., Койчева О. С., Сідор М. І. Фінансовий менеджмент. Нац. ун-т "Од. юрид. акад.", 2019. URL: <https://doi.org/10.32837/11300.12472> (дата звернення: 14.05.2023).

11. Мартиненко М. М. Основи менеджменту : підруч. для студентів ВНЗ. Київ : Каравела, 2008. 496 с.

12. Міжнародні відносини і туризм: сучасність та ретроспектива / ред.: Я. Олександра, В. Владислава, Д. Вікторія. Вид-во Нац. ун-ту «Острозь-ка акад.», 2021. URL: <https://doi.org/10.25264/20.10.2021> (дата звернення: 14.05.2023).

13. Особливості розвитку індустрії івент-менеджменту в туристичній галузі | марусей | сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності. *Наукова періодика ЛДУФК*. URL: <https://sportscience.ldufk.edu.ua/index.php/trends/article/view/1007> (дата звернення: 03.04.2023).

14. Перехейда В. Внутрішній туризм в Україні як інструмент консолідації суспільства. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Журналістика*. 2017. Вип. 2 (23). С. 18–21.

15. Поплавський М. М. Event-менеджмент у індустрії дозвілля. *Питання культурології*. 2017. № 33. С. 186–197. URL: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.33.2017.141600> (дата звернення: 14.05.2023).

16. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо державної підтримки сфери культури, креативних індустрій, туризму, малого та середнього бізнесу у зв'язку з дією обмежувальних заходів, пов'язаних із поширенням коронавірусної хвороби COVID-19. *Офіційний вебпортал парламенту України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/692-20> (дата звернення: 14.05.2023).



17. Про правовий режим воєнного стану: Закон України від 12.05.2015 р. № 389-VIII: станом на 31 берез. 2023 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/389-19#Text> (дата звернення: 14.05.2023).
18. Регіональний туризм: сучасний стан та шляхи оптимізації. KROK University, 2021. URL: <https://doi.org/10.31732/tu> (дата звернення: 11.03.2023).
19. Розвиток івент-технологій в туризмі в Україні. *Все про туризм: туристична бібліотека*. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/lukjanec3.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/lukjanec3.htm) (дата звернення: 11.03.2023).
20. Сучасний розвиток менеджменту в Україні - наукові конференції. *Наукові конференції*. URL: <http://www.spilnota.net.ua/ua/article/id-1986/> (дата звернення: 02.05.2023).
21. ТОП кращих фестивалів в Україні - BLS. *BLS*. URL: <https://bls.ua/ua/blog/ukrainski-festivali> (дата звернення: 14.05.2023).
22. ТСН. Туризм під час війни: Україна втратила мільярди гривень – ТСН, 2022. *YouTube*. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=gyIdба\\_uJSE](https://www.youtube.com/watch?v=gyIdба_uJSE) (дата звернення: 14.05.2023).
23. Українська правда. Подорожі під час війни: де дозволено відпочивати і як безпечно організувати мандрівку. *Українська правда*. URL: <https://life.pravda.com.ua/travel/2022/06/20/249177/> (дата звернення: 14.04.2023).
24. Українська правда \_Життя. Чи можна проводити масові заходи під час війни? Пояснення КОВА. *Українська правда \_Життя*. URL: <https://life.pravda.com.ua/society/2022/07/11/249513/> (дата звернення: 14.05.2023).
25. Фасіліті менеджмент в рамках проведення фестивалів | Shen. *Shen*. URL: <https://shen.ua/obzor-i-analitika-otrasli/fasiliti-menedzhment-v-ramkah-provedennya-festyvaliv/> (дата звернення: 14.05.2023).
26. Фокіна-Мезенцева К. В., Зубченко О. Ю. Туризм в Україні: проблеми та перспективи розвитку: thesis. 2018. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/10178> (дата звернення: 14.05.2023).

27. Чорний О. Найкращі часи – попереду. Що відбувається з туризмом в Україні під час війни. *РБК-Україна*. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/samye-rkie-vremena-vpered-proishodit-turizmom-1657645856.html> (дата звернення: 14.04.2023).
28. Швець Г. О. Основні характеристики креативного менеджменту. *International journal of innovative technologies in economy*. 2020. № 2(29). С. 11–17. URL: [https://doi.org/10.31435/rsglobal\\_ijite/31052020/7064](https://doi.org/10.31435/rsglobal_ijite/31052020/7064) (дата звернення: 14.05.2023).
29. Щука Г. П., Ковальська Л. В., Безрученков Ю. В. Подієвий туризм: уточнення базових характеристик. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2022. № 7. С. 70–76. URL: <https://doi.org/10.32782/tourismhospsee-7-8> (дата звернення: 14.05.2023).
30. 10 правил організації потужного культурного фестивалю. *Програма ЄС та східного партнерства*. URL: <https://www.culturepartnership.eu/ua/article/vyshyvanka-fest> (дата звернення: 14.05.2023).
31. 5 reasons why event management is important in tourism. *Gevme*. URL: <https://www.gevme.com/en/blog/5-reasons-why-event-management-is-important-in-tourism/> (дата звернення: 14.05.2023).
32. bambarbia.tv. Туризм в Україні у воєнний час | bambarbia.tv, 2022. *YouTube*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=QGsoa7S8EuA> (дата звернення: 14.05.2023).
33. Biggest music festivals on the planet. *Far & Wide | Travel Ideas and Inspiration*. URL: <https://www.farandwide.com/s/biggest-music-festivals-ca71f3346443426e> (date of access: 09.04.2023).
34. EVENT UKRAINE – Концерти та події. *EVENT UKRAINE*. URL: <http://www.eventua.com.ua/> (дата звернення: 14.05.2023).
35. Getz D. Event management & event tourism. New York : Cognizant Communication Corp., 1997. 386 p.

36. Getz D., Page S. J. Progress and prospects for event tourism research. *Tourism management*. 2016. Т. 52. С. 593–631. URL: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.03.007> (дата звернення: 09.04.2023).
37. Goldblatt J. Event management & event tourism. *Festival management and event tourism*. 1996. Vol. 4, no. 3. P. 157–158. URL: <https://doi.org/10.3727/106527096792195344> (date of access: 14.05.2023).
38. Maliuta L., Sherstiuk R., Ostrovska H. Event management in tourism industry. *Central ukrainian scientific bulletin. economic sciences*. 2021. № 6(39). С. 220–230. URL: [https://doi.org/10.32515/2663-1636.2021.6\(39\).220-230](https://doi.org/10.32515/2663-1636.2021.6(39).220-230) (дата звернення: 14.05.2023).
39. Pankiv N. Y., Moroz V. R. Сучасний стан та перспективи розвитку подієвого туризму в Україні на прикладі розробленого івент-туру "Відкрий для себе Покуття". *Scientific Bulletin of UNFU*. 2018. Т. 28, № 5. С. 78–82. URL: <https://doi.org/10.15421/40280517> (дата звернення: 14.05.2023).
40. Royasnik G. Особливості практичного застосування різних стилів менеджменту. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. 2020. № 24. С. 150. URL: <https://doi.org/10.30977/ppb.2226-8820.2020.24.0.150> (дата звернення: 14.05.2023).
41. Serhii Rudko. Подієвий туризм в Україні, 2020. *YouTube*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=eLAjSVq9szk> (дата звернення: 14.05.2023).
42. Shchoholieva I., Sokolovskiy V. Features of event-management in tourism. *Scientific bulletin of flight academy. section: economics, management and law*. 2021. Т. 3;4. С. 146–155. URL: <https://doi.org/10.33251/2707-8620-2021-3-4-146-155> (дата звернення: 12.04.2023).
43. Tetiana T., Tetiana D., Yuliia Z. Event industry and tourism in the world economy. *Herald of kyiv national university of trade and economics*. 2020. Т. 132, № 4. С. 55–63. URL: [https://doi.org/10.31617/visnik.knute.2020\(132\)04](https://doi.org/10.31617/visnik.knute.2020(132)04) (дата звернення: 14.05.2023).

44. Tourism, hospitality, and event planning: career guides: career development center: indiana university bloomington. *Career Development Center*. URL: <https://cdc.indiana.edu/career-guides/tourism-hospitality-event-planning.html> (date of access: 14.05.2023).
45. Transformation of human capital strategies in the tourism industry under the influence of economy 4.0 / O. Stryzhak et al. *Problems and perspectives in management*. 2021. Vol. 19, no. 2. P. 145–156. URL: [https://doi.org/10.21511/ppm.19\(2\).2021.12](https://doi.org/10.21511/ppm.19(2).2021.12) (date of access: 14.05.2023).
46. Tum J., Norton P. Management of event operations. Taylor & Francis Group, 2006.
47. Ukrinform. Чи можна проводити масові заходи під час воєнного стану – роз'яснення. *Укрінформ - актуальні новини України та світу*. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3526643-ci-mozna-provoditi-masovi-zahodi-pid-cas-voennogo-stanu-rozasnenna.html> (дата звернення: 14.05.2023).
48. Zelenska L., Shandor F. Basic event tourism management. *International scientific journal «Education and Science»*. 2019. Т. 2(27), № 1. С. 12–17. URL: [https://doi.org/10.31339/2617-0833-2019-2\(27\)-12-17](https://doi.org/10.31339/2617-0833-2019-2(27)-12-17) (дата звернення: 14.05.2023).