

УДК 005.2:[004.77+316.77]:35.071
DOI <https://doi.org/10.32838/TNU-2663-6468/2020.6/07>

Дьяченко Ю.В.

Одеська національна академія харчових технологій

Седікова І.О.

Одеська національна академія харчових технологій

Бондар В.А.

Одеська національна академія харчових технологій

EVENT-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК СКЛАДНИК ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ

Основним професійним інструментом в області організації заходів на сучасному етапі де-факто виступає event-менеджмент, і саме до інтеграції event-менеджменту як основного інструмента в подієвій діяльності органів місцевого публічного управління, на наш погляд, слід привертати більшу увагу. У статті розглянуто event-менеджмент як складову частину інформаційно-комунікаційних технологій у публічному управлінні. Можливості, перспективи та отримання додаткових переваг, які несе в собі організація event-заходів, та незначна увага зі сторони керівників органів публічного управління свідчить про необхідність проведення досліджень у напрямку актуалізації інструментарію event-менеджменту. Проведено критичний аналіз визначення поняття «event-менеджмент» та зроблено висновок, що це специфічна діяльність з управління та організації різних заходів, як подій, що запам'ятовуються, – event-заходів.

Зазначено, що застосування технологій, що пропонуються event-менеджментом, дозволяє оптимізувати витрати на проведення заходів, підвищити авторитетність органів публічного управління, підвищити зацікавленість населення в запропонованих event-заходах та лояльність до діяльності органів влади. Доведено, що в event-менеджменті місцевих органів публічного управління доцільно використовувати підхід, що базується на концепції проект-менеджменту. Такий підхід до організації event-заходу зумовлений тим, що органи публічного управління не є спеціалізованими event-агентствами і не володіють кваліфікованими в цій галузі кадровими ресурсами. Проектний підхід є досить універсальним, ефективним та зарекомендував себе завдяки систематизації процесу управління, досвід і знання якого можуть бути використані в різноманітних галузях. До того ж він характеризується простотою навчання в умовах обмеженості в часі, кадрових ресурсах і фахівцях у сфері event-менеджменту. При цьому досвід інших підходів систематизації процесів event-менеджменту може бути використаний як додаткове джерело знань і підвищення кваліфікації співробітників, що найчастіше беруть участь у діяльності з організації заходів.

Ключові слова: event-менеджмент, захід, моделі, життєвий цикл, публічне управління, комунікації, засоби масової інформації, органи влади.

Постановка проблеми. Організація та проведення заходів є невід'ємною частиною діяльності кожного органу влади та місцевого самоврядування. Періодичність, з якою органи публічного управління стикаються з необхідністю організувати черговий захід (будь то закритий або відкритий, культурно-масовий або офіційно-діловий), і час, що витрачається на дану діяльність, не співвідносяться з низьким рівнем регламентації даної діяльності чинним законодавством

і ефективністю проведених заходів. Такий стан справ можна пояснити, тим, що, по-перше, значущість діяльності з організації і проведення заходів недооцінюється, а по-друге, недостатньою компетенцією виконавчих органів влади в питаннях сутності, інструментів, концепцій event-менеджменту. Тим часом сьогодні в деяких розвинених країнах event-індустрія становить значну частину державного бюджету і є важливим елементом економіки.

Потенціал і перспективи, які несе в собі організація event-заходів, та незначна увага, що їй приділяється керівництвом публічних органів, а особливо органами місцевого публічного управління, свідчить про необхідність проведення глибокого аналізу поточного стану діяльності з організації та проведення заходів, актуалізації інструментарію event- технологій, розробки системи оцінювання якості та ефективності. Означені проблеми зумовили вибір теми даного дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням питань, пов'язаних із розвитком event-менеджменту, займалися зарубіжні та вітчизняні науковці. Теоретичним основам та практичним рекомендаціям з організації заходів присвячені наукові праці У. Хальцбаура, Е. Йеттінгера, Б. Кнауца, Р. Мозера, М. Целлера [1], Дж. Голдблатта [2], С. Лемера [3], М. Сондера [4]. Широко відомі також дослідження авторів А. Парабелума і В. Морозова [5], С. Герасимова, Г. Тульчинського і Т. Лохиної [6], Д. Румянцева і Н. Франкель [7]. Серед вітчизняних авторів питання event-менеджменту розглядаються в наукових працях О. Назарова, проведено моніторинг event-ринку України [8] О. Власенко [9] – в даному дослідженні охарактеризовано event-менеджмент як окремий напрям досліджень.

Постановка завдання. Метою даного дослідження є визначення event-менеджменту як складової частини інформаційно-комунікаційних технологій у публічному управлінні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогодні термін «event-менеджмент» не має єдиного загальноприйнятого визначення. Проведений критичний аналіз наукової літератури дав змогу виявити, що як синоніми використовують такі поняття: «event-менеджмент», «подієвий менеджмент», «event-маркетинг», «організація спеціальних подій/заходів», навіть «виставково-ярмаркова, конгресна діяльність». Отже, узагальнюючи визначення поняття event-менеджменту, можна зробити висновок, що це специфічна діяльність з управління та організації різних заходів (подій), що запам'ятовуються (event-заходів).

На думку Роберта Ф. Джані, одного з керівників парку розваг У.Діснея, event-захід – «це те, що відрізняється від звичайного життя». Дж. Голдблатт дає таке визначення «...унікальний проміжок часу, що проводиться з використанням ритуалів і церемоній для задоволення особливих потреб людей» [2], О. Шумович розглядає event-захід як «вид людської діяльності, що передбачає зустрічі, взаємодію різних категорій людей, є обмеженим за

часом і пов'язаний із реалізацією будь-яких спільних цілей» [10]. У. Хальцбаур під event-заходами розуміє «виняткові події – комерційно значущі явища, засоби підприємницької комунікації, активізації цільових груп, які орієнтовані на емоційне сприйняття учасниками і неповторні за суттю, унікальні у своєму роді» [1]. Головна особливість event-заходу – його винятковість, унікальність, він носить позитивний характер, викликає емоції, спонукає учасників до активності надаючи їм додаткові переваги. За типом event-заходи поділяють на:

- ділові: форуми, конгреси, з'їзди;
- навчальні, освітні: семінари, конференції, тренінги;
- розважальні: корпоративні свята, заходи для розвитку командного духу;
- урочисті заходи: церемонії, нагородження, святкування пам'ятних дат;
- благодійні заходи: благодійні обіди, бали, акції по збиранню коштів;
- масові: міські свята, фестивалі, карнавали, релігійні свята, виставки, ярмарки, концерти;
- спортивні заходи: змагання різного рівня;
- політичні: прес-конференції, саміти, прийом VIP-гостей, виїзні заходи, презентації.

Громадські організації й органи публічного управління різних рівнів застосовують у своїй діяльності технології event-менеджменту. Висока ефективність використання event-заходів як каналу комунікацій зумовлена тим, що процес публічних комунікацій об'єднують типові складові частини, які притаманні будь-якому комунікативному процесу. У даному процесі суб'єктом-комунікатором виступають органи державного управління різних гілок влади, які передають інформацію (офіційну і неофіційну, усну або письмову, вербальну і невербальну), об'єктом-реципієнтом (одержувач) виступає суспільство, інститути громадянськості. Засоби масової інформації (ЗМІ) виступають каналом зв'язку, і активного учасника процесу реформування. Головний виклик для влади – це як донести своє повідомлення для мас-медіа, що набуває все більшого впливу в умовах будь-якої демократії. Уряд і адміністрація повинні з толерантністю оцінювати та усвідомлювати роль незалежних мас-медіа в процесі реформ як найважливішого постачальника інформації і каналу зворотного зв'язку. Причому ефективність засобів масової інформації як каналу комунікації залежить від загальної ситуації у сфері медіа-реальності і сприйняття їхньої незалежності.

Надалі наведемо стислу характеристику інформаційно-комунікаційної діяльності в Одеській

області. Кількість ЗМІ (друкованих, телевізійних, радіо та Інтернет) – 65, тираж – 204, аудиторія – населення Одеської області та України. Офіційна сторінка Одеської обласної державної адміністрації у мережі Фейсбук – <https://www.facebook.com/oda.odesa>. Частота оновлення інформації – щоденно. Інформація оперативна, актуальна, доступна для розуміння. Районними державними адміністраціями Одеської області створено робочі групи з питань забезпечення ведення та інформаційного наповнення веб-сайтів та офіційних сторінок у мережі Фейсбук [13].

Кількість прес-конференцій, проведених керівництвом ОДА, – 194. Їх тематика: розвиток об'єднаних територіальних громад; залучення інвестицій до Одеської області; забезпечення житлом дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування; відкриття та ремонт закладів освіти та охорони здоров'я в Одеській області; зростання обсягу роздрібного товарообігу в Одеській області; розвиток сільської медицини та впровадження реформ у медичній сфері; впровадження енергоефективних технологій; підтримка вітчизняного підприємництва; забезпечення безпеки дорожнього руху на території області; соціальний захист населення [13].

Проводилася робота з трансляції відеороликів соціальної реклами на місцевому телебаченні та в районах Одеської області, а також з оприлюднення соціальної реклами на зовнішніх носіях у м. Одеса щодо: впровадження безвізового режиму в Україні; Дня Соборності України; Дня Конституції України; Року Японії в Україні; Дня захисника України; Дня Гідності та Свободи тощо [13].

Одним із ключових питань event-менеджменту у сфері публічного управління виступає питання вибору моделі організації event-заходу. Слід акцентувати, що даний напрям є відносно молодим, сьогодні фахівці event-менеджменту не прийшли до єдиного спільного підходу до процесу організації event-заходу. Аналіз літературних джерел свідчить, що існують різні концепції event-менеджменту, в яких процес управління та організації event-заходу має відмінності. Так, наприклад, А. Парабелум та В. Морозова в підготовці до проведення освітніх event-заходів виділяють п'ять етапів: створення «продукту», просування, продаж, організація та пост-event [5].

На думку С.В. Герасимова, Г.Л. Тульчинського, Т.Є. Лохиної, створення event-заходів включає чотирнадцять етапів, що можна укрупнити до таких: прийняття рішення щодо проведення заходу, визначення цілей та вибір теми, підго-

товчо-організаційний період, розробка плану та складання кошторису, робота в ході функціонування заходу, підведення підсумків [6, с. 194].

Д. Румянцев та Н. Франкель розглядають «відкриті заходи», тобто ті, на які можна купити квиток або відвідати безкоштовно. Етапи проведення таких заходів: підготовка, просування, проведення, післядія. Життєвий цикл «відкритого заходу» автори описують у вигляді чіткого алгоритму дій «дізнатися можливості майданчику та виступаючого → домовитись з двома сторонами → підрахувати кошторис витрат → затвердити ціни на квитки → забронювати приміщення → здійснити просування і продаж квитків → затвердити програму → надрукувати поліграфічну продукцію» [7].

Окремо варто відзначити дослідження С. Лемера [3]. У ньому не розглядається модель життєвого циклу заходу, а дається уявлення про «об'єкти», з якими працює event-менеджер (фінанси, податки, персонал, постачальники, маркетинг, ресурси і обладнання, тендери та ін.). Відмінною рисою даного підходу є те, що дозволяє визначити структуру процесів, які виконуються в рамках event-менеджменту.

Підхід до управління event-заходом, викладений авторами У. Хальцбауром, Е. Йеттінгером, Б. Кнаузе, Р. Мозером, М. Целлером [1] базується на принципах проект-менеджменту, тому підготовка event-заходу розглядається як проект, що характеризується високим рівнем складності, часовими, кадровими та фінансовими обмеженнями, унікальністю завдання та заданими параметрами. Кожен event-захід є окремим проектом – комплекс дій, необхідних для створення якісного та ефективного event. Він починається задовго до початку заходу та завершується не одночасно з його закінченням, а після завершення всіх необхідних запланованих дій. Проект вважається успішно завершеним, коли всі його цілі досягнуті. У роботі представлений фреймворк, що описує модель життєвого циклу event-заходу та поділяє проект на фази та віхи, порівняні за змістом з поняттями «етап» і «завдання» [1, с. 191–229]. На відміну від розглянутих вище підходів, у даній концепції окремо виділяється етап «ухвалення рішення щодо проведення заходу», який настає після оформлення ідеї. Відповідно до моделі виділяють сім етапів: ініціювання, старт, підготовка, пуск, дія, післядія, підведення підсумків.

Модель життєвого циклу event-заходу за Дж. Голдблаттом поділяє процес event-менеджменту на п'ять базових етапів, від яких

залежить успіх заходу: 1) дослідження – визначається потреба і доцільність організації заходу, бажання і очікування; 2) розробка – пошук ідей, оцінка та аналіз, перевірка на відповідність вимогам заходу; 3) планування – триваліший і найбільш складний етап. Він являє собою процес планування на основі досліджень та проектних процедур, де час, простір і темпи використовуються для того, щоб визначити як найбільш ефективно використовувати наявні ресурси; 4) координація – виконання плану, вирішення питань виконання плану; 5) оцінка – підсумки і оцінювання ефективності здійсненої роботи, досягнення цілей [3]. У таблиці 1 наведено порівняння розглянутих моделей життєвого циклу event-заходу.

Інша група досліджень присвячена опису референтних моделей і методичних посібників з управління event-заходами. Особливістю цих моделей є те, що в них розглядаються не стадії проекту з підготовки та проведення заходу, а структура процесів event-менеджменту. Фундаментальним документом в цій області є Event Management Body of Knowledge (ЕМВОК). Модель організації ЕМВОК розглядає структуру процесу event-менеджменту, містить систематизований опис необхідних областей знань у сфері адміністрування, операційного менеджменту, маркетингу, управління ризиками, дизайну. Отже, ЕМВОК представляє діяльність з організації, проведенню event-заходу, як сукупність окремих компонентів, логічно пов'язаних між собою із плином часу, що сприяє кращому розумінню інфраструктури для отримання інформації та можливості поліпшення процесу [11].

У роботі О. Томаса [12] дається детальний опис технології виконання бізнес-процесів event-

менеджменту. Фреймворк референтної моделі event-менеджменту (Reference Model Framework for Event Management) має на увазі розподіл event-заходу на п'ять блоків: розробка стратегії, планування заходу, його реалізація, контроль, управління проектом, кожен з яких доводиться до покрокової деталізації бізнес-процесів і моделей, що описуються в нотації eEPC [12, с. 38–57].

Слід відзначити, що з описаних вище моделей найбільш детально розділяє організацію event на області знань ЕМВОК, що, на нашу думку, повинно сприятливо впливати на систематизацію підходу до поділу на команди і розподіл обов'язків між ними в рамках організації event-заходу. Із метою підвищення якості проведення event-заходів органами публічного управління рекомендуємо:

- ініціювати інтеграцію методології event-менеджменту у сферу публічного управління;
- в органах місцевого самоврядування створити відділ event-менеджменту, PR та маркетингу з метою підвищення відвідуваності заходів різними категоріями громадян;
- сформулювати вимоги до організації і проведення event-заходу як проекту (строки планування; формат звітності; вимоги до застосування певних технологій і роботи із ЗМІ);
- забезпечити наявність соціального або економічного ефекту від проведених event-заходів, встановити критерії окупності заходу;
- переглянути перелік event-заходів, що проводяться органами публічного управління, з метою його актуалізації та оптимізації, виходячи з доцільності та рентабельності заходів;
- стимулювати розвиток сфер, що є супутніми event-менеджменту: event-маркетинг та PR;

Таблиця 1

Порівняння моделей життєвого циклу event-заходу [10; 11]

Етап	Автори моделі				
	А. Парабелум, В. Морозова	С. Герасимов, Г. Тульчинский, Т. Лохина	Д. Румянцев, Н. Франкель	У. Хальцбаур, Э. Йеттінгер, Б. Кнауце, Р. Мозер, М. Целлер	Дж. Голдблатт
0	-	прийняття рішення щодо проведення заходу	-	ініціювання	-
1	створення «продукту»	визначення цілей, вибір теми	-	планування	дослідження
2	просування	підготовчо-організаційний період	підготовка	підготовка	розробка
3	продаж	розробка плану і кошторису	просування	пуск/дія	планування
4	організація	робота в ході функціонування заходу	проведення	післядія	координація
5	пост-event	підведення підсумків	післядія	підведення підсумків	оцінка

– стимулювати поліпшення стану інфраструктури, що є супутньою event-менеджменту: концерт-холи, виставкові зали, конференц-зали, готелі та хостели.

Висновки. Проведене авторами дослідження дало змогу зробити такі висновки:

1. Застосування технологій, що пропонуються event-менеджментом, дозволяє оптимізувати витрати на проведення заходів, підвищити авторитетність органів публічного управління в очах громадськості, поліпшити взаємозв'язок між населенням і органами влади, а також підвищити зацікавленість населення в запропонованих event-заходах і лояльність до діяльності органів влади.

2. Результати проведеного огляду моделей життєвого циклу event-заходу (див. табл. 1) свідчать про те, що, незважаючи на термінологічні відмінності і різні назви етапів, всі розглянуті моделі мають ряд спільних рис і можуть бути зведені до базової схеми Дж. Голдблатта.

3. На нашу думку, в event-менеджменті місцевих органів публічного управління доцільно буде використовувати підхід, що базується на концепції проект-менеджменту. Такий підхід до організації event-заходу зумовлений тим, що органи публічного управління не є спеціалізованими event-агентствами і не володіють кваліфікованими в цій галузі кадровими ресурсами. Проектний підхід є досить універсальним і ефективним та зарекомендував себе завдяки систематизації процесу управління, досвід і знання якого можуть бути використані в різноманітних галузях. До того ж він характеризується простотою навчання в умовах обмеженості в часі, кадрових ресурсах і фахівцях в сфері event-менеджменту. При цьому досвід інших підходів систематизації процесів event-менеджменту може бути використаний в якості додаткового джерела знань і підвищення кваліфікації співробітників, що найчастіше беруть участь у діяльності з організації заходів.

Список літератури:

1. Хальцбаур У., Йеттингер Э., Кнаузе Б., Мозер Р., Целлер М. Event-менеджмент / Пер. с нем. Т. Фоминой. Москва, 2007. 384 с.
2. Goldblatt J. SpecialEvents. A newgenerationandthenextfrontier: ed. a 6-th, Hoboken: JohnWileyandSons, 2010. 535 p.
3. Лемер С. Искусствоорганизациимероприятий: стоиттольконачать / Пер. с англ. В. Измайлов. Ростов-на-Дону : Феникс, 2006. 277 с.
4. Сондер М. Ивент-менеджмент: организацияразвлекательныхмероприятий. Техники, идеи, стратегии, методы / Пер. с англ. Д. Скворцова. Москва, 2010. 543 с.
5. Парабеллум А., Морозов В. Мероприятие на миллион. Быстрыеденьги на чужих знаниях. Санкт-Петербург, 2013. 160 с.
6. Герасимов С.В., Тульчинский Г.Л., Лохина Т.Е. Менеджмент специальныхсобытий в сферекультуры : учебное пособие. Санкт-Петербург, 2009. 384 с.
7. Франкель Н., Румянцев Д. Event-маркетинг. Все об организации и продвиженииисобытий. Санкт-Петербург, 2016. 320 с.
8. Назаров О.И. Занимательная ивентология, или ивент-рынок Украины в цифрах и мнениях. *Aboutevent*. 2009. № 2. С. 13–14.
9. Власенко О.Б. Eventтивний менеджмент як окремий напрям дослідження в сучасній науці. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : Економічні науки*. 2014. Вип. 9(3). С. 142–145.
10. Шумович А.В. Великолепнымероприятия. Технологии и практика event-management. Москва, 2009. 336 с.
11. EventManagementBodyofKnowledge Project. Julia Rutherford Silvers, CSEP: [Website]. Albuquerque, USA, 2016. URL : <http://www.juliasilvers.com/embok.htm> (viewedon: 20.11.2020).
12. Thomas O., Hermes B., Loos P. Referencemodel-basedeventmanagement. *International Journal of Event Management Research*. Volume 4, Number 1, 2008, p. 38–57.
13. Одеська обласна державна адміністрація. Офіційний веб-сайт. URL : <https://oda.odessa.gov.ua/> (дата звернення: 25.11.2020).

Diachenko Yu.V., Sedikova I.O., Bondar V.A. EVENT MANAGEMENT AS A COMPONENT OF INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN PUBLIC MANAGEMENT

Event-management is the main professional tool in the field of event organization at the present stage. In our opinion, more attention should be paid to the integration of event-management as the main tool in the event-activities of local public administration bodies. The article considers event-management as a component of information and communication technologies in public administration. Opportunities, prospects and additional benefits of organizing events, and little attention from the heads of public administration, indicate the need for research to update the tools of event management. A critical analysis of the definition of “event-management” and concluded that it is a specific activity for the management and organization of various events, as memorable events.

It is noted that the use of technologies offered by event management allows to optimize the cost of events, increase the credibility of public administration, and increase public interest in the proposed events and loyalty to the authorities. It is proved that in the event management of local public administration it is advisable to use an approach based on the concept of project management. This approach to the organization of an event is due to the fact that public authorities are not specialized event agencies and do not have qualified human resources in this area. The project approach is quite universal, effective and has proven itself through the systematization of the management process, experience and knowledge of which can be used in various fields. In addition, it is characterized by ease of training in conditions of limited time, human resources and specialists in the field of event management. At the same time, the experience of other approaches to systematizing the processes of event-management can be used as an additional source of knowledge and training of employees who often participate in the organization of events.

Key words: *event management, event, models, life cycle, public administration, communications, mass media, authorities.*