

DOI 10.34132/mspc2025.01.13.21

Наталія Ларіна

ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ РЕАЛІЗАЦІЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ У ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ

В умовах постіндустріального розвитку суспільства ефективне функціонування системи публічного управління неможливе без впровадження результативної комунікаційної політики. Активне поширення інформаційних технологій і сучасних засобів масової комунікації зумовило трансформацію форм та механізмів взаємодії між владою та громадськістю. На сучасному етапі еволюції публічного управління значного значення набуває івент-менеджмент як інструмент забезпечення комунікаційної стратегії органів державної влади. Його застосування стимулює суб'єктів публічного адміністрування до підвищення ефективності діяльності державних установ, реалізації принципів відкритості й підзвітності управлінських процесів, а також сприяє налагодженню діалогу між владою та суспільством, що, у свою чергу, зміцнює довіру громадян до державних інституцій.

У зв'язку з цим доцільним є використання івент-менеджменту як ефективного інструменту реалізації комунікаційної стратегії в системі публічного управління, що дозволяє оперативно реагувати на динамічні потреби та очікування громадян. Такий підхід сприятиме зміцненню довіри до діяльності органів публічної влади, покращенню взаєморозуміння між владними структурами та громадськістю, а також підвищенню рівня задоволеності якістю наданих публічних послуг.

Ключові слова: публічне управління, івент-менеджмент, ціннісність, інструментальний підхід, комунікативний менеджмент, стратегії комунікацій, громадськість, процеси управління, органи влади, позитивний імідж, репутація.

Запровадження івент-менеджменту в систему публічного управління базується на забезпеченні якісної комунікації між владою та громадянами. Основними умовами цього процесу є визначення цільової аудиторії, вибір ефективних інформаційно-комунікаційних каналів та їх цілеспрямоване використання для досягнення стратегічних цілей. Також важливим є пристосування комунікаційної стратегії до особливостей функціонування публічних органів та потреб різних соціальних груп. Зазначені питання стали предметом наукових досліджень, що знайшли своє відображення в працях таких учених, як О. Іваненко, А. Петрова, В. Коваленко, М. Смирнов, І. Гончарук, Л. Захарченко, В. Жешуха та інших.

Поняття «івент», запозичене з англійської мови (event), активно використовується в українській науковій літературі як у транскрибованій формі («івент»), так і як перекладне слово «подія». У загальному значенні цей термін трактується як організоване зібрання людей, спрямоване на досягнення певної мети.

В українському лінгвістичному контексті «івент» найчастіше асоціюється з поняттями «подія» та «захід». Згідно з Тлумачним словником української мови, *подія* – це «те, що порушує усталений, звичний хід життя; щось важливе, виняткове», тоді як *захід* визначається як «сукупність дій, спрямованих на досягнення певної мети». Таким чином, «подія» підкреслює винятковість явища, натомість термін «івент» акцентує на цілеспрямованій організації та підготовці заходу.

О. Симановська обґрунтовує доцільність використання терміна «івент» як прямого перекладу англійського слова *event*, що позначає виняткове явище, що вирізняється з повсякденного життєвого контексту.

Опираючись на концептуальний підхід Дж. Голдблатта, доцільно трактувати івент-менеджмент як процес планування та координації заходів, спрямованих на досягнення визначених цілей у сфері публічного управління шляхом створення унікального досвіду для учасників [1]. При цьому важливим є інноваційний підхід до організації комунікаційних заходів, що сприяє підвищенню ефективності управлінської діяльності та її впливу на соціальний розвиток.

Серед зарубіжних дослідників, які розглядають івент-менеджмент як комплексний процес, що охоплює аналіз потреб цільової аудиторії, розроблення концепції заходу, формування бюджету, логістику, маркетинг та

оцінювання результативності, можна виокремити таких науковців, як А. Джонсон, Р. Сміт, Р. Пател, С. Гупта. Згідно з їхніми підходами, успішна реалізація івент-менеджменту передбачає чітку координацію всіх етапів підготовки комунікативного заходу та залучення висококваліфікованих спеціалістів, зокрема Дж. Резерфорд, С. Сільверс і С. Лем'єра.

Дослідники А. Шон та В. Перрі наголошують на унікальності івенту як ключовій його ознаці та класифікують івенти на звичайні та спеціальні. Останні характеризуються винятковістю, проводяться одноразово або вкрай рідко, виходять за межі традиційної діяльності організації та створюють умови для отримання учасниками унікального культурного, соціального або політичного досвіду.

Подібного підходу дотримуються також Я. Там, П. Нортон та Я. Нева, які підкреслюють, що саме унікальність події зумовлює необхідність індивідуального управлінського підходу в кожному окремому випадку. Водночас, згідно з позицією Д. Гетца, івенти можна класифікувати також за ознакою запланованості: спеціальні події є заздалегідь підготовленими, тоді як звичайні можуть бути як спланованими, так і виникати спонтанно. Саме термін «запланована подія», за Д. Гетцем, слід розглядати як синонім свідомо організованої діяльності.

Найбільш точним терміном для окреслення сутності івент-менеджменту в публічному управлінні вважаємо поняття «спеціальна подія», оскільки воно акумулює два визначальні аспекти: унікальність заходу та усвідомлену підготовку до його проведення.

Розглянемо івент-менеджмент у контексті публічного управління: функціональні підходи та галузеві тлумачення.

У більшості українських та європейських досліджень івент-менеджмент розглядається як інструмент PR у системі маркетингового управління, на рівні з такими елементами, як прес-релізи, візуальна айдентика, промоакції тощо. Так, Ю. Касьянов трактує івент як комунікативний захід – свято для працівників або клієнтів, конференцію, виставу, прес-конференцію чи інший публічний захід, організований з чітко визначеною метою, який здатен справити позитивний вплив на ефективність взаємодії в суспільстві.

А. Шумович у співавторстві з А. Берловим та О. Симановською інтерпретує івент-менеджмент як ефективний інструмент нематеріальної мотивації персоналу. Дослідники акцентують увагу на спроможності корпоративних заходів зміцнювати командний дух, підвищувати продуктивність праці, а також формувати лояльність працівників до колективу та організації загалом. Організація подібних заходів, за їхнім баченням, є складовою кадрової політики установи.

Поряд із цим, у низці економічних джерел івент-менеджмент трактується як синонім виставкової та конгресної діяльності. Зокрема, остання визначається як підприємницька діяльність, спрямована на формування сприятливого середовища для персоналізованого обміну інформацією, наукових і ділових контактів із метою розвитку відносин між виробниками, постачальниками та споживачами товарів і послуг. Така діяльність реалізується через організацію й проведення спеціалізованих конгресів, конференцій, форумів тощо.

У ширшому розумінні івент (event) – це спеціально організований захід, який створює унікальний досвід для його учасників та відвідувачів. Такі заходи можуть відрізнятися за масштабом, метою та змістовим наповненням: від культурних і соціальних до освітніх, корпоративних або розважальних. Відповідно, івент-менеджмент – це процес планування, організації, реалізації та оцінки ефективності подій, що включає логістику, бюджетування, маркетинг, взаємодію з учасниками та партнерами, а також дотримання безпекових стандартів.

Таким чином, попри відсутність усталеного універсального визначення, івент-менеджмент доцільно розглядати як спеціалізовану діяльність, що полягає в організації значущих і часто унікальних заходів. Такі заходи можуть мати різну періодичність (одноразову або повторювану), масштаб та спрямованість, залишаючи помітний слід у суспільстві. У цьому контексті івент-менеджмент є ефективним інструментом формування позитивного іміджу організації, державної установи або органу влади, мобілізації ресурсів, активізації соціальних зв'язків, покращення економічної та політичної ситуації в регіоні чи вирішення конкретних управлінських завдань.

З огляду на це, застосування івент-менеджменту у сфері публічного управління є доцільним як дієвого засобу реалізації комунікаційної стратегії держави, налагодження ефективної взаємодії між владою, громадянським суспільством і бізнесом, що в підсумку сприятиме підвищенню довіри до інституцій та посиленню спроможності управлінських структур реагувати на виклики сучасності.

З погляду нашого дослідження особливу увагу заслуговують визначення Ю. Дьяченка щодо застосування технологій івент-менеджменту. Автор наголошує на можливості оптимізації витрат під час проведення заходів, підвищенні авторитетності органів публічного управління, а також збільшенні зацікавленості населення в івент-заходах і лояльності до діяльності влади. Дослідження підтверджують, що в івент-менеджменті місцевих органів публічного управління доцільно впроваджувати підхід, заснований на концепції проєктного менеджменту. Це пов'язано з тим, що органи влади не є спеціалізованими івент-агентствами і часто не мають у своєму

розпорядженні кваліфікованих фахівців у цій сфері. Відтак, проектний підхід є універсальним, ефективним та добре зарекомендував себе завдяки систематизації управлінських процесів, а здобуті знання і досвід можуть бути застосовані в різних галузях. Окрім того, цей підхід вирізняється простотою навчання, що є вагомою перевагою в умовах обмеженості часу, кадрових ресурсів і фахівців з івент-менеджменту. При цьому, досвід використання інших методів систематизації процесів івент-менеджменту може служити додатковим джерелом знань для підвищення кваліфікації співробітників, які безпосередньо залучені до організації заходів [2].

Цікавими є також наукові розвідки фахівців Національного університету «Львівська політехніка», які шляхом експертного опитування ідентифікували основні проблеми і тенденції впровадження івент-менеджменту в економічній сфері, а також визначили перспективні напрямки його реінжинірингу в Україні як підсистеми управління бізнесом. Автори пропонують цінні характеристики ключових параметрів, які слугують базою для інтерв'ювання респондентів у публічній службі з метою підвищення ефективності взаємодії влади та бізнесу, зокрема, аналіз домінування економічних вигод від застосування івент-менеджменту над відповідними витратами у вітчизняному бізнес-середовищі [3].

У дослідженні було проведено діагностику процесів івент-менеджменту з позиції їх ефективності, достовірності документально-інформаційного забезпечення, рівня інтеграції з системою управління загалом, а також оцінки дієвості управлінських інструментів. Визначено перелік посадових осіб, що відіграють ключову роль у формуванні стану та параметрів івент-менеджменту на українських підприємствах і в органах влади [3].

Вперше науковці окреслили актуальність івент-менеджменту як на державних, так і на приватних підприємствах України, підкреслюючи складність його впровадження в сучасних умовах публічного управління та бізнес-середовища. Характер заходів, які найчастіше організовують українські компанії останніми роками, доповнюється рядом специфічних параметрів для адаптації івент-менеджменту до публічного сектору.

В умовах воєнного стану в Україні івент-менеджмент отримав широке поширення завдяки волонтерському руху та активності громадських спільнот, які забезпечують матеріально-технічну підтримку Збройних Сил України. Ініціативність інститутів громадянського суспільства, їх інноваційні підходи у сфері інвестицій та інформаційно-комунікаційних технологій сприяють впровадженню цього інструменту в публічне управління.

Заходи в івент-менеджменті доцільно класифікувати за такими ознаками:

- за метою: освітні, благодійні, політичні;
- за масштабом: локальні, регіональні, національні, міжнародні;
- за характером проведення: внутрішні (для військових та співробітників зсу), зовнішні (для широкої громадськості);
- за тривалістю: одноразові, регулярні (щорічні, щоквартальні тощо);
- за форматом: конференції, семінари, фестивалі, виставки, ярмарки, концерти.

Важливим чинником успішного івент-менеджменту є чітке визначення аудиторії заходу – групи осіб, на яку спрямований івент. Аудиторія може бути широкою (громадськість) або вузькою (спеціалісти певної галузі). Для ефективного планування та проведення заходу доцільно враховувати такі характеристики аудиторії, як вік, інтереси та потреби [4].

Серед основних івентів в Україні у період вересень–листопад 2024 року слід виділити:

- 1) Український форум якості освіти UQAF-2024 (24–26 вересня, м. Київ, організований Національним агентством якості освіти України);
- 2) Сьомий щорічний міжнародний ветеранський форум «Україна. Ветерани. Єдність» (22 серпня, м. Київ, організований Міністерством у справах ветеранів України);
- 3) Форум «Молодь – основа людського капіталу та відновлення України» (26 травня, м. Київ, організований Міністерством у справах ветеранів України);
- 4) Перший Європейський регіональний саміт шкільного харчування (12 листопада, м. Київ, організований Коаліцією шкільного харчування за сприяння КМУ);
- 5) П'ятий саміт Європейської політичної спільноти (7–8 листопада, м. Будапешт, організований Радою ЄС);
- 6) Церемонія підняття Державного прапора України;
- 7) Десятий Київський міжнародний економічний форум (7 листопада, м. Київ, організований Міністерством економіки України);
- 8) Сьомий Український жіночий конгрес (5 листопада, м. Київ, організований Міністерством економіки України);
- 9) Міністерська конференція з питань людського виміру Формули миру (31 жовтня, м. Монреаль, організована урядом Канади);
- 10) Третій саміт Кримської платформи (24 жовтня, м. Рига, Латвія, організований парламентом ЄС);
- 11) Сьомий Міжнародний ветеранський форум;

- 12) Український молодіжний форум;
- 13) Презентація застосунку «Армія+»;
- 14) Національний молитовний сніданок;
- 15) Зустріч Президента з молодими науковцями і представниками Малої академії наук;
- 16) Форум Міжнародної платформи за звільнення незаконно утримуваних РФ цивільних осіб тощо.

Непрямим індикатором розвитку ринку event-послуг є збільшення кількості агентств, що їх надають. Станом на 2024 рік у Києві функціонує понад 346 агентств, які спеціалізуються на організації різноманітних заходів. Втім, фактична кількість організаторів є значно більшою, оскільки офіційна статистика не враховує індивідуальних підприємців і незалежних організаторів, які не зареєстровані як юридичні особи.

У наведеному вище дослідженні здійснено характеристику івент-менеджменту як ефективного інструменту реалізації стратегії комунікації у публічному управлінні, що дозволяє оперативніше реагувати на змінні потреби та вимоги громадськості. Використання івент-менеджменту сприяє підвищенню довіри населення до діяльності публічних органів, покращенню взаєморозуміння між владою та громадянами, а також зростанню загального рівня задоволеності якістю публічних послуг. Водночас слід зазначити, що органи публічної влади наразі мають обмежений потенціал для розвитку в цьому напрямку через недостатній рівень компетентності публічних службовців і керівників, а також через існування хибних уявлень щодо організації процесу івент-менеджменту.

Перспективним напрямком подальших досліджень є вивчення розвитку компетентностей публічних службовців у сфері івент-менеджменту, зокрема формування у них необхідних знань, умінь та навичок для ефективного застосування цього інструменту у публічному управлінні та адмініструванні.

References

1. Goldblatt, J. (2010). *Special events: a new generation and the next frontier*. New Jersey: Wiley. ereseach.qmu.ac.uk. Retrieved from: <https://surl.li/fbsonk> [in English].
2. Diachenko, Yu.V., Sedikova, I.A., & Bondar, V.A. (2020). Event-menedzhment yak skladnyk informatsiino-komunikatsiinykh tekhnolohii u publichnomu upravlinni [Event management as a component of information and communication technologies in public administration]. *Vcheni zapysky TNU imeni V.I. Vernadskoho – Scientific notes of V.I. Vernadsky TNU*, 6. Retrieved from: <https://doi.org/10.32838/TNU-2663-6468/2020.6/07> [in Ukrainian].
3. Zhezhukha, V.Y., & Mysyk, V.M. (2022). *Ivent-menedzhment v Ukraini: problemy, tendentsii, perspektyvy ta napriamky reinzhynirynhu. Paradyhmalni vyklyky suchasnoho rozvytku [Event management in Ukraine: problems, trends, prospects and directions of reengineering. Paradigmatic challenges of modern development]*. Retrieved from: <https://surl.li/ornkap> [in Ukrainian].
4. Larina, N., & Ivanitsky, N. (2024). Rol ivent-menedzhmentu v publichnomu upravlinni [The role of event management in public administration]. *Derzhavne upravlinnia ta rehionalnyi rozvytok – Public Administration and Regional Development*, 24. Retrieved from: <https://doi.org/10.34132/pard2024.24.06> [in Ukrainian].

DOI 10.34132/mspc2025.01.13.21

Nataliia Larina

EVENT MANAGEMENT AS AN EFFECTIVE TOOL FOR IMPLEMENTING A COMMUNICATION STRATEGY IN PUBLIC ADMINISTRATION

In the context of post-industrial development of society, the effective functioning of the public administration system is impossible without the implementation of an effective communication policy. The active spread of information technologies and modern mass media has led to the transformation of forms and mechanisms of interaction between the government and the public. At the current stage of evolution of public administration, event management is gaining significant importance as a tool for ensuring the communication strategy of public authorities. Its use encourages public administration entities to improve the efficiency of public institutions, implement the principles of openness and accountability of management processes, and facilitates the establishment of a dialogue between the government and society, which, in turn, strengthens public confidence in state institutions.

In this regard, it is advisable to use event management as an effective tool for implementing a communication strategy in the public administration system, which allows for a prompt response to the dynamic needs and expectations of citizens. Such an approach will help to strengthen trust in the activities of public authorities, improve mutual understanding between the authorities and the public, and increase the level of satisfaction with the quality of public services provided.

Keywords: public administration, event management, value, instrumental approach, communication management, communication strategies, public, management processes, authorities, positive image, reputation.

Відомості про автора / Information about the Author

Наталія Ларіна, к. пед. н., доцент кафедри публічної політики Навчально-наукового інституту публічного управління та державної служби Київського національного університету імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна. E-mail: natali.larina@ukr.net, orcid: <https://orcid.org/0000-0001-5843-0765>.

Nataliia Larina, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor of the Public Policy Department of the Educational and Scientific Institute of Public Administration and Civil Service of Taras Shevchenko Kyiv National University, Kyiv, Ukraine. E-mail: natali.larina@ukr.net, orcid: <https://orcid.org/0000-0001-5843-0765>.

© Н. Ларіна

Стаття отримана редакцією 04.06.2025.