

*В. Й. Жежуха,
к. е. н., доцент, доцент кафедри зовнішньоекономічної та митної діяльності,
Національний університет "Львівська політехніка", м. Львів
ORCID ID: 0000-0003-0962-8366
В. М. Мусик,
аспірант кафедри зовнішньоекономічної та митної діяльності,
Національний університет "Львівська політехніка", м. Львів
ORCID ID: 0000-0001-8611-329X*

DOI: 10.32702/2306-6806.2022.2.119

СТАН ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ В УКРАЇНІ

*V. Zhezhukha,
PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department
of Foreign Trade and Customs, Lviv Polytechnic National University
V. Mysyk,
Postgraduate student of the Department of Foreign Trade and Customs, Lviv Polytechnic National University*

STATE OF FORMATION AND DEVELOPMENT OF EVENT MANAGEMENT IN UKRAINE

У статті з використанням методу експертного опитування ідентифіковано реальний стан формування і розвитку івент-менеджменту в Україні. Наведено й охарактеризовано ключові параметри вказаного опитування. За його результатами ідентифіковано низку параметрів івент-менеджменту у вітчизняному бізнесі, а саме: рівень розуміння процесів івент-менеджменту в управлінні українськими підприємствами; рівень достатності знань щодо побудови і використання івент-менеджменту, а також рівень компетентності працівників суб'єктів господарювання у цій сфері. Виявлено також задоволеність працівників рівнем розвитку івент-менеджменту на їхньому підприємстві й ідентифіковано основні перешкоди щодо ухвалення рішень щодо вдосконалення івент-менеджменту. Визначено основні напрями діяльності суб'єктів господарювання, в яких першочергово повинно здійснюватися формування та/чи вдосконалення івент-менеджменту. Ідентифіковано основні причини виникнення проблем у сфері івент-менеджменту, джерела фінансування процесів його формування і вдосконалення на вітчизняних підприємствах, а також ключові переваги використання івент-менеджменту в українському бізнесі.

Realizing the importance and necessity of event management development in the companies, owners and managers must hold input information based on the actual state of this type of management to introduce changes further, make improvements, identify potential opportunities in the direction, etc. Since there is no universal event management model, it is implemented differently by different business entities. At the same time, it is essential and relevant to see and understand particular typical contours and guidelines in domestic business.

The article identified the actual state of event management formation and development in Ukraine using the method of expert interviews. It was given and characterized the critical parameters of the survey (the volume of the sample and its spatial feature, the target audience of the selection, representatives of the sampling frame, the type of expert review, the method of survey, research tools, the practice of communication with the target audience, the form of work organization, the frequency). The professionalism and representativeness of experts who participated in the study were substantiated. According to the survey, there were recognized several parameters of event management in the domestic business, namely: the level of understanding of the event management processes in the direction of Ukrainian enterprises; the level of sufficiency of knowledge concerning the construction and use of event management, as well as the level of competence of employees of business entities in this area. Also, it revealed employees' satisfaction with the event management level in their enterprises and

distinguished the main obstacles in making decisions about the event management amelioration. The survey pointed out the main areas of business entities in which priority should be given to event management formation and/or modification. It discovered the leading causes of problems in event management, the sources of funding for its building and improvement in domestic enterprises, and the key benefits of using event management in Ukrainian business.

*Ключові слова: діловий туризм, івент-менеджмент, івент, івент-планування, менеджмент, тимбілдинг.
Key words: business tourism, event management, event, event planning, management, team building.*

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

В умовах сьогодення швидкозмінне й динамічне ринкове середовище диктує нові правила ведення бізнесу, що зумовлює необхідність модифікації традиційних підходів до управління. За цих обставин ухвалення обґрунтованих управлінських рішень у зазначеній сфері багато в чому визначається наявністю достатнього інформаційного масиву. Це стосується у тому числі й івент-менеджменту як виду управлінської діяльності, що спрямований на управління різними заходами ділового (ділові зустрічі, ярмарки, виставки, конференції, конгреси, маркетингові заходи, соціальні ініціативи тощо) і тимбілдингового характеру у діяльності підприємств, організацій та установ для досягнення їхніх стратегічних і тактичних цілей.

Останнім часом, розуміючи важливість і необхідність розвитку івент-менеджменту у своїх компаніях, власники та керівники повинні володіти вхідною інформаційною базою про реальний стан цього виду менеджменту, щоб надалі впроваджувати зміни, робити вдосконалення, виявляти потенціал у вказаному напрямку тощо. Оскільки немає універсальної моделі івент-менеджменту, він здійснюється по-різному у різних суб'єктів господарської діяльності. Водночас

важливо й актуально бачити й розуміти певні спільні його контури й орієнтири у вітчизняному бізнесі.

АНАЛІЗ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Теоретичною базою дослідження проблеми стану формування та розвитку івент-менеджменту в Україні є наукові праці вітчизняних та іноземних науковців, у яких розкриваються різні параметри івент-менеджменту, що можуть досліджуватися у контексті аналізованої проблеми і трансформуватись у питання анкети. Зазначені параметри розкривають у своїх працях, зокрема, такі науковці: Ю. Дряченко, І. Седікова, В. Бондар [1, с. 39—44], В. Мисик [2, с. 44—48], О. Ніколюк, Т. Савченко [3, с. 98—103], Г. Олексюк, І. Ангелко, Н. Самотій [4, с. 120—130], І. Пархоменко [5, с. 63—76], Т. Повалій, Н. Світайло [6], О. Хитрова, Ю. Харитоновна [7, с. 27—31], С. Bladen [8, с. 53—57], G. Pino, A. Peluso, P. Del Vecchio, V. Ndou, G. Passiante, G. Guido [9, с. 189—216], M. Schnitzer, C. Kossler, P. Schlemmer, M. Peters [10, с. 1260—1281] та ін. Враховуючи напрацьовані вказаних авторів, стан формування та розвитку івент-менеджменту в Україні доцільно аналізувати у розрізі таких параметрів: ключові переваги використання івент-менеджменту у вітчизняному бізнесі, джерела фінансування процесів його формування і вдосконалення, основні причини виникнення проблем у сфері івент-менеджменту, ключові напрямки діяльності підприємств, в яких першочергово повинно здійснюватися формування та/чи вдосконалення івент-менеджменту, основні перешкоди щодо ухвалення рішень про вдосконалення івент-менеджменту на вітчизняних підприємствах тощо.

Вивчення теорії і практики дає змогу зробити висновок про те, що сьогодні відсутня повна інформаційна картина щодо реального стану формування та розвитку івент-менеджменту в Україні. Відтак існує значна прогалина у розумінні того, яким зараз є стан цього виду менеджменту в українських реаліях.

ЗАВДАННЯ СТАТТІ

Завданням дослідження є ідентифікування реального стану формування і розвитку івент-менеджменту в Україні у розрізі базових його параметрів.

ВИКЛАДЕННЯ ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Для визначення стану формування та розвитку івент-менеджменту було проведено дослідження у формі експертного опитування. У дослідженні прийняло участь 30 підприємств Львівщини з різних галузей економіки (при формуванні обсягу вибірки враховано принцип малих вибірок). Параметри, які є ключовими для цього дослідження, подано у таблиці 1.

Основна мета зазначеного опитування полягала у визначенні реального стану формування та розвитку івент-менеджменту на підприємствах Львівщини. Для цього експертам з кожного суб'єкта господарювання — керівникам та особам, що безпосередньо займаються діяльністю, повністю

Таблиця 1. Ключові параметри проведеного опитування компаній Львівщини щодо формування та розвитку івент-менеджменту

Параметри	Характеристика параметрів
1. Обсяг вибірки	30 об'єктів опитування
2. Просторова ознака вибірки	Підприємства м. Львова та Львівської області
3. Цільова аудиторія об'єктів вибірки	Підприємства різних галузей економіки та різної форми власності
4. Представники вибіркової сукупності	Філія ТОВ «Нестле Україна» «Нестле Бізнес Сервіс в Європі», компанія «Legendary quest», ТзОВ «Емвей Україна», туристична компанія «Coral Travel Ukraine», Львівська бізнес-школа, ПП «ШипШина», компанія «UniLab», ЛНГМ ім. Б. Возницького відділ «Музей-заповідник Золочівський замок», страхова компанія «Старлайф», компанія «N-iX», компанія «Equatex AG», ПАТ «Львівська кондитерська фабрика «Світоч», АТ «Львівгаз», мережа магазинів «Ябло», рекрутингова компанія «Worklife», ТзОВ «ОДВ-ЕЛЕКТРИК», АТ «Львівський хімічний завод», компанія «Himalayan Pepper», ТОВ «Карпатські мінеральні води», KLM Trans, компанія «Avenga», компанія «Eleks», ТОВ «Українські інформаційні технології», SoftServe, ДП ТзОВ СП «Трайидент консалтинг та інвестиції», АТ «Галичфарм», ТОВ «Нова Пошта», ТОВ «Полідек-тех», корпорація «Артеріум», ТзОВ «Телерадіокомпанія «Галичина»
5. Вид експертної оцінки	Опитування-думка
6. Спосіб проведення	Письмове
7. Інструмент дослідження	Анкета (додаток А)
8. Спосіб зв'язку із цільовою аудиторією	Метод безпосереднього контакту, телефонне інтерв'ю та Google-форми
9. Форма організування робіт	Індивідуальне
10. Періодичність проведення	Одноразове

Джерело: сформовано за результатами експертного опитування.

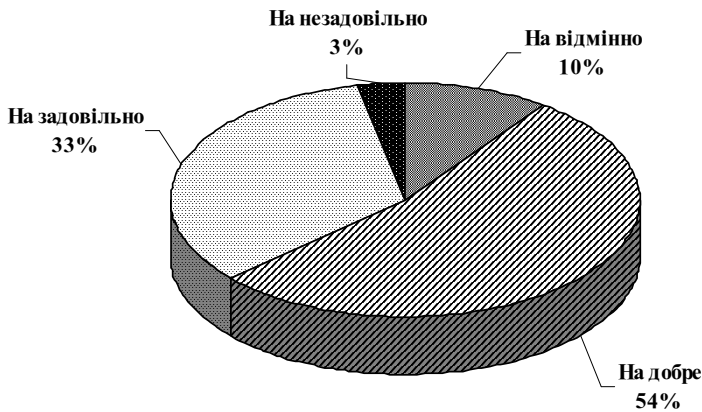


Рис. 1. Рівень розуміння процесів івент-менеджменту в управлінні вітчизняними підприємствами

Джерело: сформовано за результатами експертного опитування.

чи частково наближеною до івент-менеджменту, — було поставлено низку запитань різної форми, які дали змогу ретельно дослідити окреслену проблему. Запитання за своєю природою були різнотипними, жодних обмежень щодо їхньої форми не ставилось.

За статевою ознакою серед опитуваних переважали представники жіночої статі над чоловіками — 66,7% та 33,3% відповідно. Щодо вікових меж респондентів, то вони перебували у проміжку від 24 до 55 років, при цьому більшість експертів — це особи віком 27—32 роки. Про

фаховість експертів, які взяли участь в опитуванні, свідчить те, що 66,6% з них попрацювали більше 3 років на останньому місці роботи, при цьому менше 1 року працювали лише 3,3% респондентів. Усі 100% респондентів отримали щонайменше одну повну вищу освіту, здебільшого економічну, технічну, гуманітарну та інші.

Результати проведеного дослідження свідчать, що "на відмінно" рівень свого розуміння процесів івент-менеджменту в управлінні підприємством оцінюють лише 10% респондентів. Натомість, більше 53,3% опитаних вважають, що їх рівень такого розуміння перебуває на позначці "добре", а 33,3% — на позначці "задовільно" (рис. 1).

Одне із адресованих респондентам запитань стосувалось достатності їхніх знань щодо побудови і використання івент-менеджменту в управлінні підприємством. 56,7% опитаних вважають, що швидше за все володіють достатнім, на їх думку, рівнем таких знань. При цьому однозначно стверджували про високий рівень знань у зазначеній сфері лише 3,3% осіб. Однозначно не володіють достатнім рівнем знань 3,3% опитуваних, а ще 3,3% особам було складно відповісти на це запитання (рис. 2).

Дослідження також показало думку опитаних щодо рівня компетентності працівників їхнього підприємства в межах побудови та використання івент-менеджменту. Лише 6,7% осіб стверджують про відмінний рівень компетентності їхнього персоналу з цього питання. 53,3% респондентів вважають, що ця компетентність є на доброму рівні. Така ж кількість наголошує на неза-

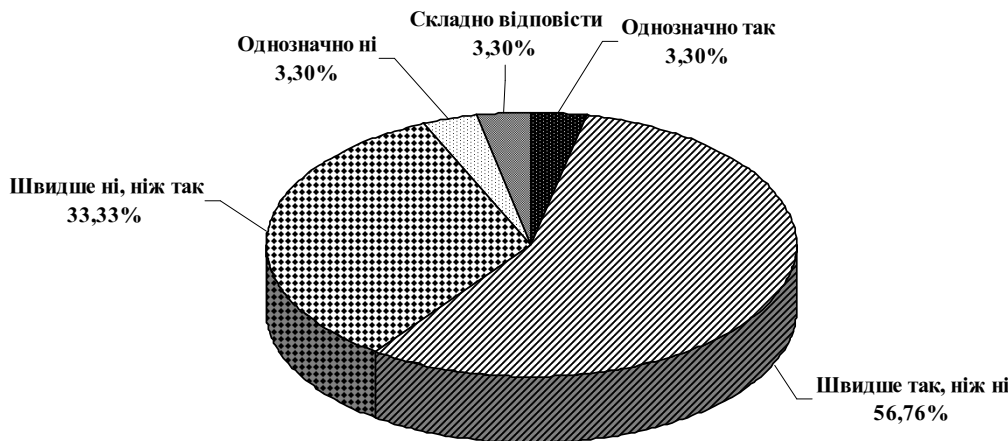


Рис. 2. Рівень достатності знань щодо побудови і використання івент-менеджменту в управлінні підприємством

Джерело: сформовано за результатами експертного опитування.

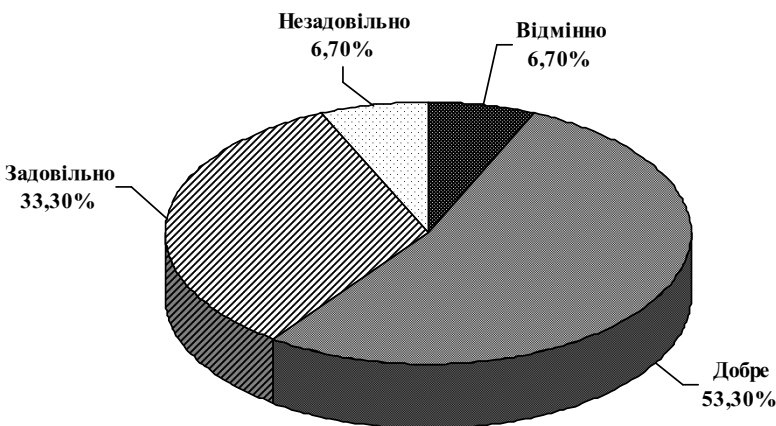


Рис. 3. Рівень компетентності працівників підприємств щодо побудови і використання івент-менеджменту

Джерело: сформовано за результатами експертного опитування.

довільній компетентності працівників щодо побудови і використання івент-менеджменту. Варіант "задовільно" обрали серед своїх відповідей 33,3% експертів (рис. 3). У цьому контексті слід зауважити, що питання компетентності є одним із ключових, адже більшість проблем на шляху вдосконалення івент-менеджменту виникає саме з причин недостатньої обізнаності працівників у зазначеній сфері та володіння недостатньою кількістю вмінь, знань та навичок у ній. Це своєю чергою актуалізує необхідність якісної освіти в сфері івент-менеджменту.

Одне із завдань дослідження стосувалось способів підвищення компетентності персоналу на вітчизняних підприємствах у сфері івент-менеджменту. Результати засвідчили, що у 63,3% випадках використовують для цього разові тренінги, курси підвищення кваліфікації, семінари тощо. 56,7% експертів зазначили, що у їхніх компаніях застосовуються для досягнення зазначених цілей різні канали внутрішніх комунікацій, зокрема e-mail, Intranet, буклети. 50% опитуваних вказують на поширення відповідної інформації під час усних розмов, 36,7% обрали періодичні тренінги та курси, 30% зазначили спосіб підвищення компетентності через бонуси для персоналу з високим рівнем ініціативності щодо змін системи івент-менеджменту. 6,7% проголосували за установлення відповідних положень у ключових показниках ефективності, а один із респондентів стверджує, що на його підприємстві жодним чином не проводять заходи для підвищення рівня компетентності персоналу у сфері івент-менеджменту.

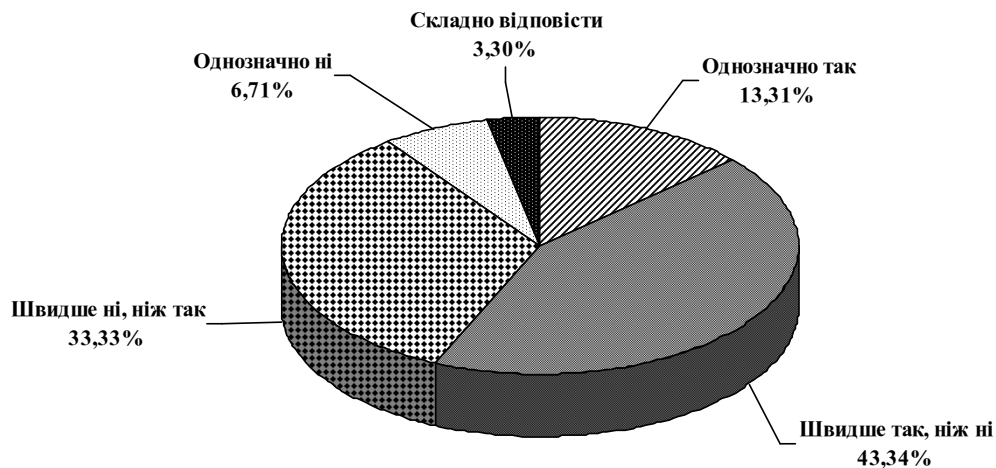


Рис. 4. Задоволеність опитуваних рівнем розвитку івент-менеджменту на їхньому підприємстві

Джерело: сформовано за результатами експертного опитування.

Респонденти опитувались і на предмет їхньої задоволеності рівнем розвитку івент-менеджменту на підприємстві. Лише 43,3% серед них виразили свою швидше за все задоволеність, у той час як 13,3% беззаперечно стверджують, що повністю задоволені рівнем. Негативні відповіді спостерігалися в більше ніж 43,3% опитуваних, зокрема, 33,3% осіб швидше схиляються до незадоволення цим рівнем, 6,7% однозначно не задоволені, а 3,3% складно відповісти (рис. 4).

Під час проведення опитування з'ясувалось, що, на думку 76,7% опитуваних, невизначеність щодо фактичних поточних витрат на підтримання належного стану івент-менеджменту є основною перешкодою для ухвалення рішень про вдосконалення цього виду менеджменту в управлінні підприємством. 53,3% респондентів серед інших таких перешкод відзначають невизначеність щодо фактичних витрат на вдосконалення івент-менеджменту, 43,3% — невпевненість щодо його можливості сприяти досягненню цілей підприємства, 23,3% — недостатній досвід у напрямку використання івент-менеджменту. Ще 20% респондентів вказують на невпевненість щодо розвитку підприємства загалом (рис. 5).

Респондентам було поставлене запитання і щодо напрямків діяльності підприємства, в яких першочергово повинно здійснюватися формування та/чи вдосконалення івент-менеджменту. У цьому контексті більшість

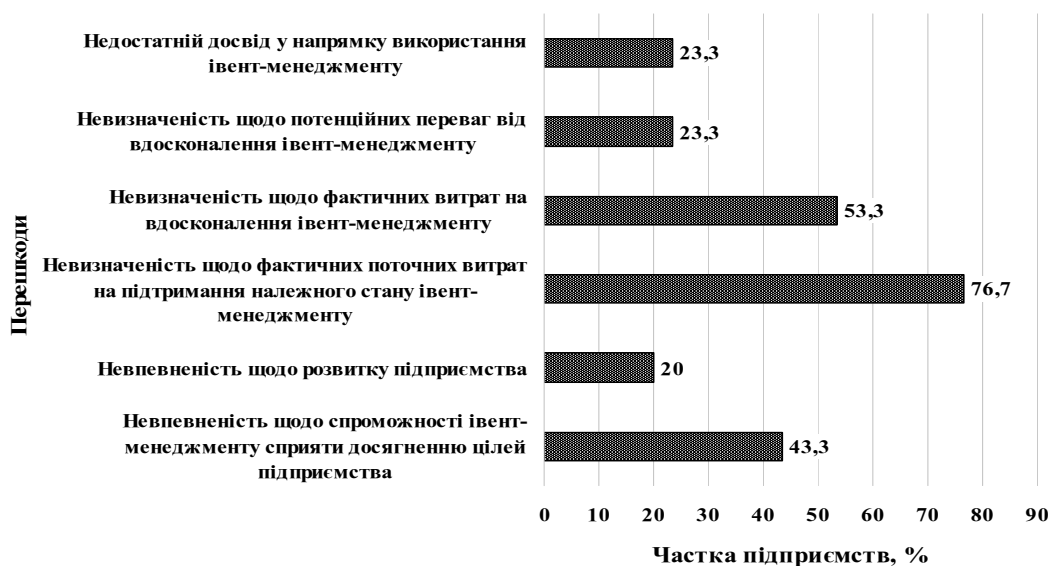


Рис. 5. Основні перешкоди щодо ухвалення рішень про вдосконалення івент-менеджменту на вітчизняних підприємствах

Джерело: сформовано за результатами експертного опитування.

опитуваних (63,3%) відзначають сферу комунікативної політики. Напрямок стратегічного та тактичного планування обрало 60% респондентів, маркетингову політику — 46,8%, напрям якості та конкурентоспроможності продукції — 43,3%. 40% респондентів першочергово відзначили напрям HR-менеджменту, 36,7% — управлінський облік, 33,3% — фінансову діяльність та збутову політику, 30% — виробничу діяльність, 20% — зовнішньоекономічну діяльність та 13,3% — товарну політику (рис. 6).

Наступним, що досліджувалось у ході опитування, було питання щодо основних причин виникнення проблем у сфері івент-менеджменту. Згідно отриманих результатів, однакова кількість респондентів — 23,3% — погоджуються, що помилки на етапі побудови івент-менеджменту та низький рівень усвідомленості важливості її захищеності у ньому керівництва є ключовими причинами невдач у сфері івент-менеджменту. 20% експертів схиляються до проблем невідповідності рівня ресурсного забезпечення та рівня компетентності працівників під час виконання завдань. 6,7% респондентів виокремлюють проблеми часових обмежень та низького рівня координування діяльності на окремих етапах управління заходами ділового та тимбідлінгового характеру в діяльності компаній (рис. 7).

Одне із завдань дослідження стосувалось ідентифікування рівня витрачених коштів на івент-менеджмент за останній звітний період на підприємствах Львівщини. 60% респондентів вказують суму на рівні менше 1% загального бюджету, 26,7% обрали під час своїх відповідей діапазон у межах 1—5%, а ще 13,3% констатують факт витрачання 6—10% від суми загального бюджету. Позначку, що вказує на суму більше 10%, не обрав жоден із представників компаній вибірки.

Рисунок 8 ілюструє джерела фінансування процесів формування і вдосконалення івент-менеджменту, що найчастіше використовуються на вітчизняних підприємствах. Так, абсолютна більшість респондентів (83,3%),

даючи відповідь на це запитання, констатували факт витрачання з такою метою власних коштів. Позицію банківського кредитування не обрав жоден з учасників опитування.

Підвищення рівня вмотивованості персоналу 70% респондентів вважають основною перевагою використання івент-менеджменту на підприємстві. 63,3% опитуваних такою перевагою називають покращення іміджу організації, а 60% стверджують, що використання івент-менеджменту в діяльності суб'єкта господарювання позитивно впливає на ефективність управління загалом. 43,3% осіб підкреслюють важливість івент-

менеджменту для підвищення рівня конкурентоспроможності бізнесу. На важливості івент-менеджменту в знаходженні нових клієнтів акцентують увагу 23,3% респондентів, 20% — на збільшенні прибутків підприємства та 3,3% — на зменшенні витрат (рис. 9).

Наведені на рисунку 9 дані дають можливість стверджувати, що респонденти вбачають в івент-менеджменті передусім інструмент для ефективного мотивування власного персоналу та впливу на імідж компанії. Проте у питанні вмотивованості персоналу на підприємстві щодо впровадження/вдосконалення івент-менеджменту лише 6,7% відповіли цілковито ствердно, 56,7% обрали варіант "швидше так, ніж ні", 23,3% — "швидше ні, ніж так". Решта респондентів категорично стверджують, що працівники не є достатньо вмотивованими.

У ході дослідження важливим було визначити, на який аспект варто було б звернути більше уваги на підприємствах за наявності умовної можливості побудови і впровадження івент-менеджменту з "нуля". Так, 30% респондентів зауважили, що передусім звернули б увагу на розуміння процесів івент-менеджменту в організації. Ще 23,3% осіб більше б зосередились на проектуванні окремих елементів системи івент-менеджменту, 20% звернули б увагу на якість та обсяги навчання персоналу за тематикою івент-менеджменту, а 13,3% використали б послуги спеціалізованого агентства. 6,7% респондентів вважають, що результативним буде залучити більше підрозділів до процесів івент-менеджменту, а 3,3% схиляються до рішення вдосконалення існуючої системи івент-менеджменту замість створення нової. Лише один респондент висловив думку, що він особисто б відмовився від впровадження івент-менеджменту, бо не бачить доцільності у ньому.

Оцінюючи такі твердження експертів, можна чітко відзначити один позитивний момент — працівники та керівники підприємств усвідомлюють те, що рівень знань та компетентності щодо івент-менеджменту на їхніх підприємствах є далеко не зразковим та значною мірою недостатнім. Через нерозуміння процесів багато в чому і виникає невпевненість щодо результативності івент-менеджменту.

ВИСНОВКИ

Враховуючи те, що у вітчизняних літературних джерелах реальний стан формування і розвитку івент-менеджменту охарактеризований доволі фрагментарно, проведене додаткове дослідження для збору первинної інформації в аналізованій сфері. За результатами виконаних досліджень ідентифіковано низку параметрів івент-менеджменту у вітчизняному бізнесі, а саме: рівень розуміння процесів івент-менеджменту в управлінні українськими підприємствами; рівень достатності знань щодо побудови і використан-

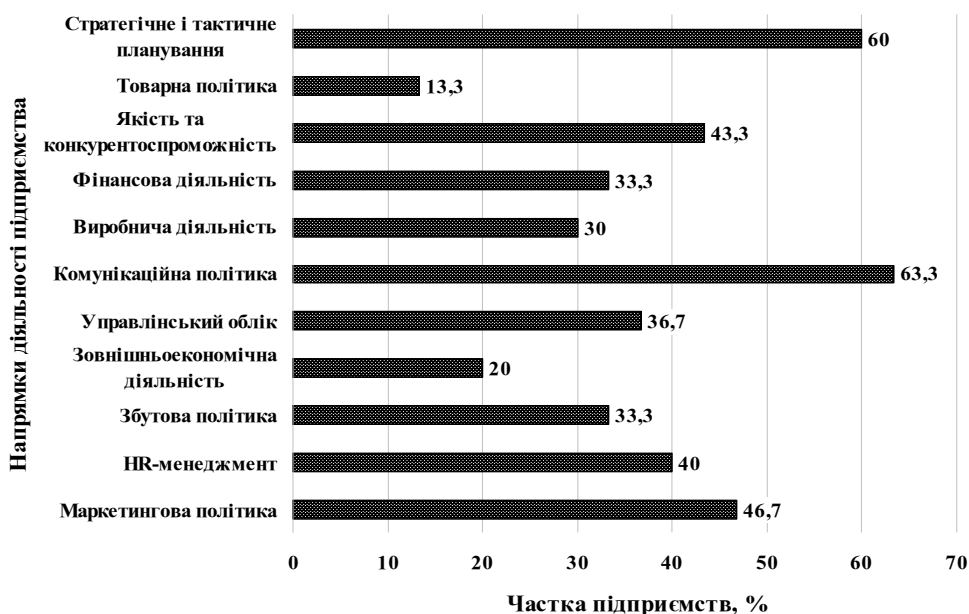


Рис. 6. Основні напрямки діяльності підприємств, в яких першочергово повинно здійснюватися формування та/чи вдосконалення івент-менеджменту

Джерело: сформовано за результатами експертного опитування.

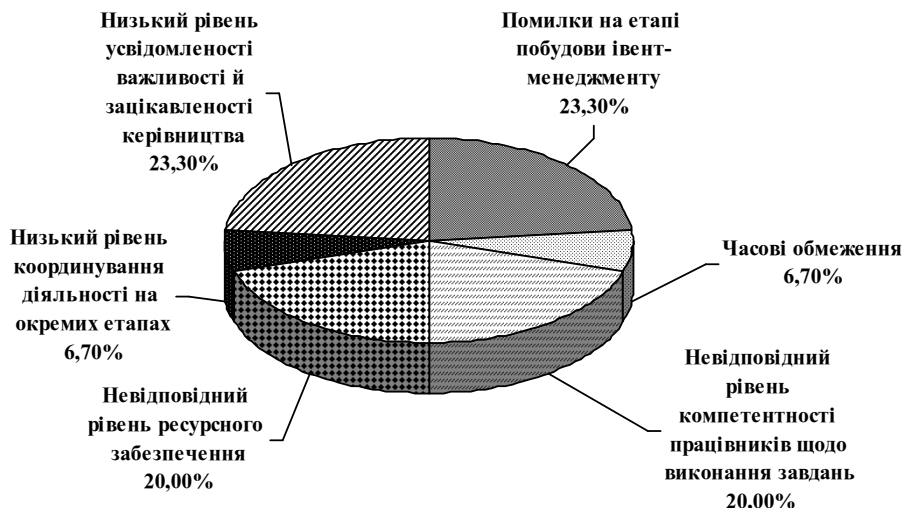


Рис. 7. Основні причини виникнення проблем у сфері івент-менеджменту

Джерело: сформовано за результатами експертного опитування.

ня івент-менеджменту, а також рівень компетентності працівників суб'єктів господарювання у цій сфері; задоволеність працівників рівнем розвитку івент-менеджменту на їхньому підприємстві; основні перешкоди щодо ух-

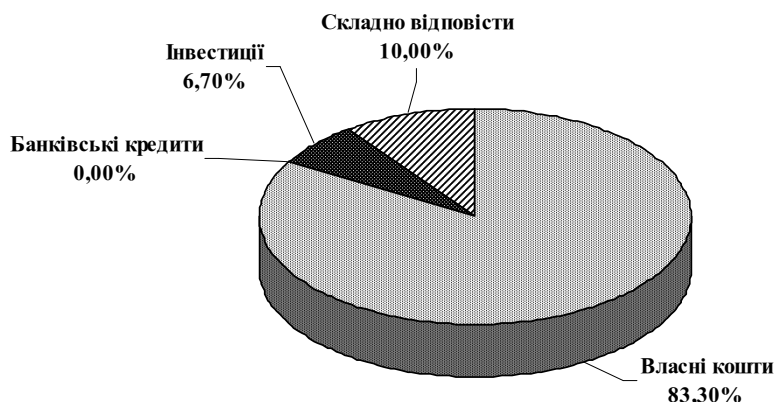


Рис. 8. Джерела фінансування процесів формування і вдосконалення івент-менеджменту на вітчизняних підприємствах

Джерело: сформовано за результатами експертного опитування.

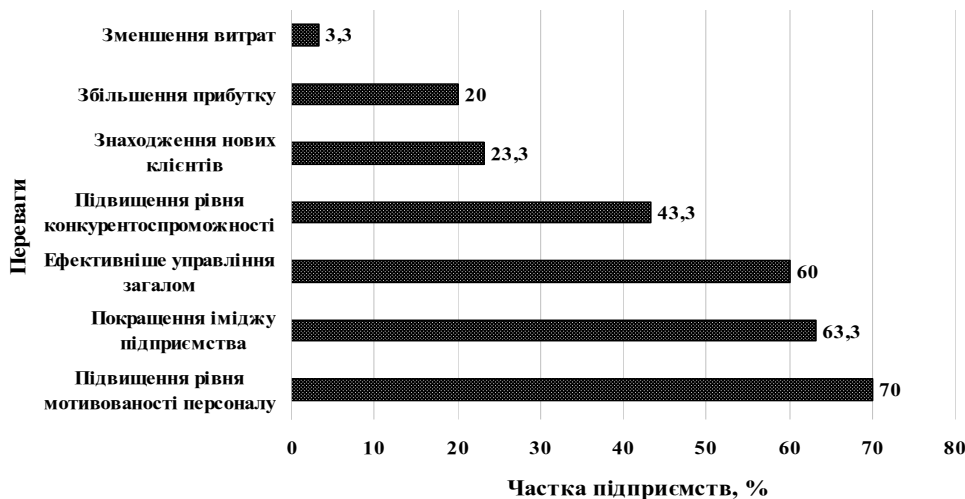


Рис. 9. Ключові переваги використання івент-менеджменту у вітчизняному бізнесі

Джерело: сформовано за результатами експертного опитування.

валення рішень про вдосконалення івент-менеджменту на вітчизняних підприємствах; основні напрями діяльності суб'єктів господарювання, в яких першочергово повинно здійснюватися формування та/чи вдосконалення івент-менеджменту; основні причини виникнення проблем у сфері івент-менеджменту; джерела фінансування процесів формування і вдосконалення івент-менеджменту на вітчизняних підприємствах; ключові переваги використання івент-менеджменту в українському бізнесі.

Перспективи подальших досліджень у цьому напрямку повинні полягати у виявленні напрямів активізування процесів формування і розвитку івент-менеджменту на вітчизняних підприємствах.

Література:

1. Дьяченко Ю.В., Седікова І.А., Бондар В.А. Event менеджмент як складник інформаційно комунікаційних технологій у публічному управлінні. Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія: Державне управління. 2020. Т. 31 (70). Вип. № 6. С. 39—44.
2. Мисик В.М. Чинники побудови і розвитку івент-менеджменту. Інтелект XXI. 2020. № 3. С. 44—48.
3. Ніколюк О.В., Дьяченко Ю.В., Савченко Т.В. Особливості розвитку івент-менеджменту в Україні. Інвестиції: практика та досвід. 2021. № 6. С. 98—103.
4. Олексюк Г.В., Ангелко І.В., Самотій Н.С. Івент-індустрія: розвиток та проблеми в Україні. Регіональна економіка. 2020. № 3 (97). С. 120—130.
5. Пархоменко І.І. Британська наукова традиція вивчення івент-менеджменту: основні поняття (Г. Боудін, Х. Пієлічати, Дж. Елз). Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія "Менеджмент соціокультурної діяльності". 2018. Вип. 2. С. 63—76.
6. Пovalij Т.Л., Світайло Н.Д. Івент-менеджмент: навч. посіб. Суми: СумДУ, 2021. 198 с.
7. Хитрова О.А., Харитоновна Ю.Ю. Стан і тенденції розвитку івент-менеджменту в Україні. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент. 2018. Вип. 30. С. 27—31.
8. Bladen C. The service semiotics of luxury events: An exploration for future research and events management industry practice. *Research in Hospitality Management*. 2021. Vol. 11. Issue 1. Pp. 53—57.
9. Pino G., Peluso A.M., Del Vecchio P., Ndou V., Passiante G., Guido G. A methodological framework to assess social media strategies of event and destination management organizations. *Journal of Hospitality Marketing & Management*. 2019. Vol. 28. Issue 2. Pp. 189—216.
10. Schnitzer M., Kossler C., Schlemmer P., Peters M. Influence of event and place image on residents' attitudes toward and support for events. *Journal of Hospitality & Tourism Research* (Washington, D.C.), vol. 45, no. 7, pp. 1260—1281. <https://doi.org/10.1177/1096348020919502>

rism Research (Washington, D.C.). 2021. Vol. 45. Issue 7. Pp. 1260—1281.

References:

1. D'iachenko, Yu.V., Sedikova, I.A. and Bondar, V.A. (2020), "Event management as a component of information and communication technology in public administration", *Vcheni zapysky Tavrijs'koho natsional'noho universytetu imeni V.I. Vernads'koho. Serii: Derzhavne upravlinnia*, vol. 31, no. 6, pp. 39—44. <https://doi.org/10.32838/TNU-2663-6468/2020.6/07>
2. Mysyk, V.M. (2020), "Factors of event management construction and development", *Intelekt XXI*, vol. 3, pp. 44—48. <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-3.9>
3. Nikoliuk, O., Diachenko, Y. and Savchenko, T. (2021), "Features of event management development in Ukraine", *Investytsii: praktyka ta dosvid*, vol. 6, pp. 98—103. DOI: 10.32702/2306-6814.2021.6.98
4. Oleksyuk, H.V., Anhelko, I.V. and Samotiy, N.S. (2020), "Event-industry: development and problems in Ukraine", *Rehional'na ekonomika*, vol. 3, pp. 120—130. <https://doi.org/10.36818/1562-0905-2020-3-13>
5. Parkhomenko, I.I. (2018), "The British academic tradition of event management studies: key concepts (G. Bowdin, H. Pielici, J. Els)", *Visnyk Kyivs'koho natsional'noho universytetu kul'tury i mystetstv. Serii: "Menedzhment sotsiokul'turnoi diial'nosti"*, vol. 2, pp. 63—76. <https://doi.org/10.31866/2616-7573.2.2018.149459>
6. Povalij, T.L. and Svitajlo, N.D. (2021), *Ivent-menedzhment [Event management]*, SumDU, Sumy, Ukraine.
7. Khytrova, O.A. and Kharytonova, Yu.Yu. (2018), "State and development trends of event management in Ukraine", *Naukovyj visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Serii: Ekonomika i menedzhment*, vol. 30, pp. 27—31.
8. Bladen, C. (2021), "The service semiotics of luxury events: An exploration for future research and events management industry practice", *Research in Hospitality Management*, vol. 11, no. 1, pp. 53—57. <https://doi.org/10.1080/22243534.2020.1867374>
9. Pino, G., Peluso, A. M., Del Vecchio, P., Ndou, V., Passiante, G. and Guido, G. (2019), "A methodological framework to assess social media strategies of event and destination management organizations", *Journal of Hospitality Marketing & Management*, vol. 28, no. 2, pp. 189—216. <https://doi.org/10.1080/19368623.2018.1516590>
10. Schnitzer, M., Kossler, C., Schlemmer, P. and Peters, M. (2021), "Influence of event and place image on residents' attitudes toward and support for events", *Journal of Hospitality & Tourism Research* (Washington, D.C.), vol. 45, no. 7, pp. 1260—1281. <https://doi.org/10.1177/1096348020919502>

Стаття надійшла до редакції 20.01.2022 р.