

**Бібліографічний опис статті:**

Гук О.В., Федірець О.В., Броварець О.О. Управління стійким розвитком підприємств агропродовольчої сфери в контексті інноватики персоналу та трансферу знань. *Актуальні проблеми інноваційної економіки та права*. 2024. № 4. С. 26-31.

Guk O., Fedirets O., Brovarets O. Management of sustainable development of agro-food enterprises in the context of personnel innovation and knowledge transfer. *Actual problems of innovative economy and law*. 2024. No. 4, pp. 26-31.

УДК: 338.58:65.014; JEL classification: Z32  
DOI: <https://doi.org/10.36887/2524-0455-2024-4-6>

ДЕЛІ Вікторія Юрївна, доктор філософії, ст. викладач кафедри готельно-ресторанного бізнесу Одеського національного технологічного університету, <https://orcid.org/0000-0002-9028-5817>  
КРАВЧУК Тетяна Вікторівна, кандидат технічних наук, доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу Одеського національного технологічного університету, <https://orcid.org/0000-0003-3202-8801>

**РОЗВИТОК ІВЕНТ-ІНДУСТРІЇ : МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ УКРАЇНИ**

Делі В.Ю., Кравчук Т. В. Розвиток івент-індустрії : можливості для України.

У статті досліджено місце та значення івент-індустрії та ділового туризму для формування позитивного іміджу країни. Розглянуто шляхи забезпечення сталого розвитку системи управління заходами та подіями, які засновані на моделі PDCA. Проаналізовано стан івент-індустрії в провідних макрорегіонах світу. Досліджено ступінь зацікавленості тематикою івентів на основі аналізу пошукових запитів в Україні в 2023–2024 рр. Виокремлено п'ять регіонів України, у яких зафіксовано в середньому на місяць найбільшу кількість запитів щодо понять «івент», «івент-технологія», «діловий туризм». До них належать м. Київ, Львівська, Житомирська, Хмельницька та Івано-Франківська області. Переважання центральних і західних регіонів України в організації івентів пояснюють передусім безпековими заходами. Наведено модель-схему інформаційних потоків між учасниками ділового туризму. Обґрунтовано значення ділових заходів в індустрії подій України.

**Ключові слова:** івент, івент-технології, івент-менеджмент, івент-індустрія, ділові заходи, PR-заходи, готельні та ресторани послуги, готельно-ресторанний бізнес, інсентив-тур.

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Ділові, культурні та наукові зв'язки між регіонами та країнами щороку стають дедалі тіснішими. Івент-технології та індустрія заходів відіграють у цьому процесі значну роль. Основною особливістю івент-індустрії є те, що вона базується на послугах туризму та гостинності. Для проведення зустрічей і конференцій на ринку туристичних послуг можуть використовувати різні локації: як великі конгрес-центри, спеціально збудовані для цього, так і зали промислових підприємств, навчальних закладів, музеїв, театрів, теплоходів тощо.

Згідно з даними 2022 р. [13], сукупний ринок індустрії подій досяг 1190,4 млрд дол. США. Він охоплює кілька сегментів, зокрема послуги з планування та управління подіями, управління орендою приміщень, технологічні рішення для проведення подій, маркетинг і просування подій, послуги з продажу квитків тощо. Індустрія заходів служить специфічною платформою як для окремих осіб, так і для організацій і компаній, які об'єднують людей для різних цілей. Широке коло фахівців у цій сфері включає організаторів заходів, постачальників технологій, операторів місць проведення, спонсорів, орендодавців. Ринок індустрії подій відіграє важливу роль для таких секторів, як туризм, готельний і ресторанный бізнес, розваги та маркетинг.

Галузь характеризується швидким впровадженням інновацій та адаптацією до мінливих тенденцій і технологій. Останніми роками відбулося значне «падіння» у бік віртуальних і гібридних подій, спричинене прогресом у технологіях проведення заходів, впливом пандемії COVID-19, політичною нестабільністю.

Розглядаючи провідні макрорегіони світу, маємо відзначити, що Північна Америка займає значну частку ринку індустрії заходів. Регіон

відомий проведенням різноманітних виставок, конференцій, музичних фестивалів і спортивних заходів. Наявність великої кількості корпорацій, потужна інфраструктура та високі споживчі витрати сприяють зростанню індустрії заходів у цьому регіоні.

Європа є ще одним важливим регіоном на ринку індустрії заходів, адже регіон має багату культурну спадщину, історичні місця та значний акцент на подіях для ділових контактів. Крім того, популярні музичні фестивали та спортивні події збирають багато людей і сприяють загальному зростанню індустрії подій у Європі. Станом на 2023 р. саме цей регіон мав найбільший ринок індустрії подій у світі.

Азійсько-Тихоокеанський регіон характеризується найвищими темпами зростання індустрії подій. Основними рушійними факторами розвитку в цьому регіоні є зростання наявних доходів та урбанізація. Латинська Америка пропонує значний потенціал зростання на ринку індустрії заходів з традиційними фестивалями, музичними подіями та спортивними турнірами. Яскрава культура регіону, мальовничі місця та щораз більша інтенсивність зростання індустрії туризму сприяють також розвитку ділових заходів. На Близькому Сході також спостерігається збільшення інвестицій в індустрію заходів. Зосередження регіону на розвитку інфраструктури, ділового туризму та зростанні масштабних подій, таких як World Expos, сприяють зростанню індустрії заходів.

Індустрія гостинності охоплює різноманітні підприємства, зокрема готелі та ресторани, інші заклади розміщення та громадського харчування, заклади відпочинку та комплексні туристичні атракції. До цієї сфери низка науковців також включає перформативне мистецтво, видовищні види спорту, музеї та історичні місця, парки розваг і гральні заклади. Заклади готельного і

ресторанного бізнесу можуть застосовувати різноманітні стратегії, які підвищують обізнаність про їхній бренд і сприяють залученню клієнтів з метою побудови довготривалих стосунків. Такі стратегії зазвичай включають спеціальні заходи, івент-технології, інсентив-тури, конференції тощо. Саме активний розвиток цього напрямку дозволяє сформувати позитивний діловий бренд країни, посилити її привабливість для потенційних інвесторів, що складає особливу актуальність в умовах післявоєнного відновлення України.

#### Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Треба відзначити, що проблема застосування івент-технологій, зокрема в готельно-ресторанному бізнесі, а також напрями розвитку ділових подорожей активно розглядають у науковій літературі. Так, дослідженню питань управління подіями присвячені роботи Л. Малюти та ін. [1], О. Радіонової та ін. [2]. Термінологічний апарат івент-індустрії з точки зору особливостей і дискусійних питань понять «подія» та «івент» у ресторанному господарстві розглянутий у дослідженні [4]. В. Мисик [3], Л. Безугла та ін. [6] та О. Садченко та ін. [5] зосередились на дослідженні напрямів розвитку індустрії подій на прикладі України.

Окремої уваги в науковій літературі заслуговують теоретико-методичні питання розвитку ділового туризму. У цьому напрямі працюють такі вчені, як О. Макар [7], Є. Музичка [8] та ін. З точки зору сталого розвитку індустрії подій і гостинності треба відзначити дослідження [9; 10]. Однак питання напрямів розвитку ділового туризму та івент-індустрії в умовах післявоєнного відновлення України все ще недостатньо розглянуте науковцями.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Метою дослідження є обґрунтування значення івент-індустрії і ділового туризму для формування позитивного іміджу України в процесі її післявоєнного відновлення. Для досягнення мети потрібно вирішити такі завдання:

узагальнити тенденції розвитку івент-індустрії в провідних макрорегіонах світу; дослідити основні інформаційні потоки між учасниками ділових заходів; проаналізувати ступінь зацікавленості до теми івентів у регіонах України; обґрунтувати напрями сталого розвитку системи управління подіями на основі моделі PDCA.

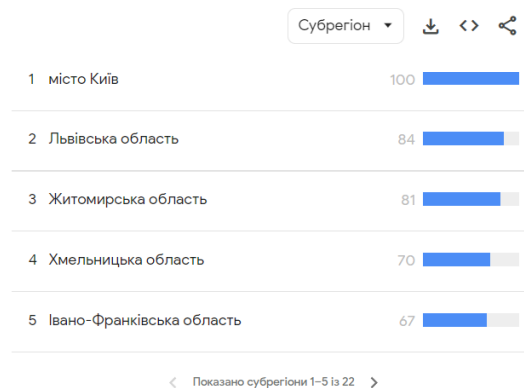
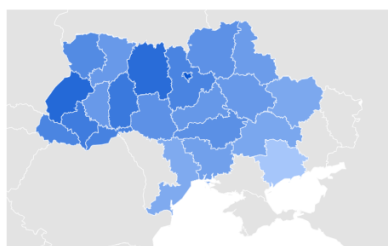
Методологія. Використані методи дослідження включають: критичний аналіз наукової літератури та нормативних джерел – для узагальнення тенденцій розвитку івент-індустрії в провідних макрорегіонах світу, а також для обґрунтування напрямів сталого розвитку системи управління подіями на основі моделі PDCA, аналіз пошукових запитів за допомогою Google Trends – для визначення регіонів України з найвищим рівнем зацікавленості до тематики «івент», «івент-технологія», «діловий туризм», графічний метод – для відображення інформаційних потоків між учасниками ділових заходів.

#### Виклад основного матеріалу дослідження.

Україна активно долучається до розвитку івент-індустрії. Протягом 2018-2021 рр. у Львові щорічно проводився Event Industry forum, який у найбільш успішному для події 2020 р. зібрав 1400 учасників і 100 промовців з 12 країн світу. 2021 р. відбулась онлайн-конференція «Розвиток ділового туризму за рахунок внутрішніх подій», організована Державним агентством з розвитку туризму України, де в умовах протидії пандемії розглядали основні питання безпеки під час ділових подорожей. 2024 р. анонсоване відродження Event Industry forum, на якому заплановано обговорення таких тем, як перспективи подієвого бізнесу на післявоєнному ринку України, івент-маркетинг, побудова стратегії та ефективної компанії в івент-бізнесі тощо.

Попри війну, протягом 2023–2024 рр. спостерігалось підвищення зацікавленості до івент-індустрії та подієвої сфери загалом, що підтверджено аналізом гугл-трендів (рис. 1).

Популярні запити за територіальними одиницями ②



**Рис. 1. Географія запитів за темами «івент», «івент-технологія», «діловий туризм» у середньому на місяць.** Джерело: складено авторами на основі [11].

Так, найбільше пошукових запитів за темами «івент», «івент-технологія» та «діловий туризм» у середньому на місяць спостерігалось у таких регіонах: м. Київ (100 запитів), Львівська (84 запити), Житомирська (81 запит), Хмельницька (70 запитів) та Івано-Франківська (67 запитів) області. Загалом івент-індустрія все більше покладається на аналітику даних, щоб отримати інформацію про

поведінку, уподобання та залучення відвідувачів. Цей підхід, що керується даними, дозволяє організаторам заходів покращити враження від відвідувачів, адаптувати маркетингові стратегії та оптимізувати логістику заходів. Персоналізація, заснована на аналізі даних, гарантує, що події викликають резонанс у різноманітних аудиторій і відповідають їх змінним очікуванням.

Оскільки індустрія гостинності зосереджена на створенні досвіду та стосунках з клієнтами та відвідувачами, маркетинг, який стимулює лояльність клієнтів, є важливою складовою забезпечення успіху учасника індустрії гостинності. Маркетинг гостинності включає не лише матеріальні продукти, такі як розміщення в номерах, квитки та їжа, але й нематеріальні елементи, такі як створення розкішної, веселої, захопливої, ділової атмосфери або, навпаки, атмосфери, що розслабляє [12].

Розглянемо більш детально події заходи. Івент-індустрія охоплює широкий спектр заходів, починаючи від корпоративних конференцій і виставок до фестивалів і розважальних заходів. Цей напрям значно еволюціонував у ХХ ст., чому, безсумнівно, сприяла поява транснаціональних готельних ланцюгів. Організація подій перетворилась на сферу професійної діяльності. Івент-індустрія складається з кількох основних компонентів:

- зустрічі та конференції – складають ядро індустрії, забезпечують платформи для спілкування, обміну знаннями та співпраці;
- корпоративні заходи, які відіграють вирішальну роль у формуванні корпоративної культури, залученні співробітників і створенні впізнаного бренду. Сюди можуть бути включені заходи з формування команди (тимбілдінги), корпоративні зустрічі, церемонії нагородження тощо;
- торгові та галузеві виставки: під час демонстрації продуктів і послуг створюють можливість для спілкування компаній з потенційними клієнтами, партнерами та контрагентами;

- розважальні заходи: концерти, фестивалі та спортивні заходи, які сприяють культурним і розважальним елементам індустрії подій. Ці заходи приваблюють велику аудиторію, створюють суттєвий економічний вплив і забезпечують платформу для митців і виконавців.

Окремо слід відзначити інсентив-тури – стимульовальні або заохочувальні туристичні поїздки для співробітників, клієнтів або партнерів. Поява інсентив-туризму припадає на 1960-х рр., а розквіт – на 1970-1980 рр. Поняття «incentive» означає «спонукальний, заохочувальний». Це поїздки, які організує підприємство для своїх співробітників або партнерів власним коштом і розглядаються вони як винагорода за особливі успіхи у сфері бізнесу. Інсентив-тур можна назвати одним доволі ефективним засобом заохочення спеціалістів, дилерів, клієнтів, керівництва. Досягнутий позитивний ефект мотивації співробітників під час інсентив-туру зазвичай максимально тривалий. Однією з особливостей інсентив-програм є те, що їх розробляють лише під конкретні потреби замовників. Здебільшого такі тури тривають 3-7 днів.

Технологічний прогрес, зокрема інтернет і цифрові комунікаційні інструменти, ще більше змінив ландшафт, уможлививши безперерйну координацію, просування та проведення заходів у глобальному масштабі. Тому інформаційні потоки в сучасному діловому туризмі відрізняються комплексністю (рис. 2).

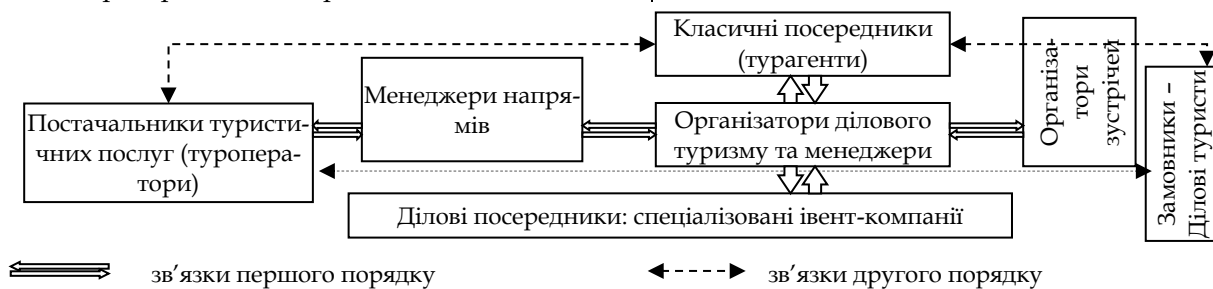


Рис. 2. Схема інформаційних потоків між учасниками ділового туризму

Джерело: складено авторами

Події все більше узгоджуються з принципами соціальної відповідальності та залучення громади. Такі ініціативи, як програми корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), інформаційно-роз'яснювальні заходи в громаді та стійкі практики, підкреслюють прагнення галузі досягти позитивного впливу, що виходить за межі економічних міркувань. Важливими з цієї точки зору є методичні рекомендації Національної туристичної організації України (НТОУ) щодо системи управління сталим розвитком подій, укладені відповідно до ISO 20121:2012. Вони створені на основі моделі PDCA (Plan-Do-Check-Act) і адаптовані для організацій, які працюють із івент-технологіями. Основні складові моделі PDCA для управління сталим розвитком подій наведено в таблиці 1.

Технології також відіграють ключову роль у формуванні індустрії подій. Програмне забезпечення для керування подіями, віртуальна та доповнена реальність, а також інструменти аналізу

даних дозволяють організаторам оптимізувати процеси, підвищити залучення відвідувачів і збирати інформацію для майбутніх удосконалень. Окрім того, події приносять дохід містам-організаторам, підтримують місцевий бізнес і створюють можливості для працевлаштування. Конференції та галузеві заходи надають професіоналам платформу для обміну знаннями, обговорення тенденцій і сприяння інноваціям. Цей обмін знаннями стимулює прогрес у різних секторах. Розважальні заходи та фестивалі сприяють культурному збагаченню, туризму та соціальній згуртованості. Вони служать платформами для мистецького вираження, святкування та залучення громади.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Отже, події часто служать каталізаторами для туризму та управління дестинаціями. Міста та регіони-реципієнти використовують такі заходи для залучення відвідувачів, стимулювання місцевої економіки та демонстрації своїх культурних та інфраструктурних активів. Великі події,

такі як міжнародні конференції та спортивні турніри, можуть здійснювати довготривалий вплив

на індустрію туризму та гостинності в місці проведення.

Таблиця 1

Деталізація моделі PDCA для управління сталим розвитком подій

Складова моделі PDCA	Напрямок / сфера застосування	Зміст
Plan	Стейкхолдери	Організатор і керівник події, власник події, допоміжний персонал, ланцюг постачання, учасники, відвідувачі, регуляторні органи, громади, спонсори, волонтери
	Мета та ціль	Визначається на основі вимог стейкхолдерів і наявних зовнішніх і внутрішніх проблем
	Основні принципи сталого розвитку	Застосовують до конкретної події і повинні включати щонайменше відповідальне керівництво, інклюзивність, етичність і прозорість, визначити та задокументувати свої основні цілі та цінності щодо своєї діяльності, продукції та послуг, пов'язаних з конкретними подіями
	Політика організації щодо сталого розвитку подій	Політика сталого розвитку подій повинна: - бути доступною у вигляді задокументованої інформації; - доведеною до відома усіх у межах організації; - доступною для зацікавлених сторін у належних випадках; - включати прихильність до лідерства у сфері управління сталим розвитком подій; - бути узгодженою зі встановленими цілями та цінностями
	Персонал	Доведення функціональних обов'язків і визначених завдань щодо дотримання сталого розвитку в межах всієї організації або події
Do	Забезпечення ресурсами	Повинні охоплювати персонал, його компетентність, підготовку, інфраструктуру, технології та фінанси
	Обмін інформацією	Має охоплювати такі елементи: - основні принципи сталого розвитку та мету події; - систему управління сталим розвитком подій; - проблеми, цілі та цільові показники; - розподіл відповідальності; - поліпшення показників діяльності; - зворотний зв'язок від зацікавлених/залучених сторін
	Процедурна підтримка ефективності системи управління	Структура та обсяг інформації щодо системи управління сталим розвитком подій для різних організацій можуть відрізнятися залежно від розміру організації, видів її діяльності, складності процесів, компетентності персоналу тощо
	Контроль і управління на оперативному рівні	Встановити бажаний рівень забезпечення сталості постачання, наприклад тільки «відповідність законодавчим вимогам» або «найкраща сучасна практика»; визначити підхід/критерії для оцінювання постачальників під час проведення закупівель; оцінити послідовність та узгодження вимог постачальників до діяльності з власними очікуваннями
Check	Моніторинг та оцінювання ефективності системи	Здійснюють на основі матриці зрілості, яка ґрунтується на зіставленні бажаного чи майбутнього рівня виконання зі встановленим. Треба визначити фактичну позицію в матриці зрілості за допомогою ідентифікації застосованих критеріїв. Матрицю треба постійно оновлювати, щоб відображати зміни обставин
Act	Корегування	Має здійснюватися відповідно до характеру невідповідності та всіх подальших виконаних дій і результатів коригувальних дій

Джерело: узагальнено авторами на основі [14].

В умовах України особливої уваги потребує дослідження безпекових заходів під час проведення заходів, що відображається в регіональній специфіці зацікавленості зазначеною тематикою, яка переважає саме в центральних і західних регіонах. Прогнозовані тенденції розвитку івент-індустрії в Україні такі: гібридні заходи через

інтеграцію персональних і віртуальних компонентів; адаптація подій до конкретної аудиторії (ветерани, військові, волонтери, переміщені особи) з врахуванням попереднього досвіду відвідувачів; стійкі практики через застосування відповідних міжнародних і національних стандартів щодо системи управління сталим розвитком подій.

Література.

1. *Малюта Л.Я., Шерстюк Р.П., Острівська Г.Й.* Event-менеджмент в індустрії туризму. *Центрально-український науковий вісник. Економічні науки.* 2021. Випуск 6(39). С. 220-230.
2. *Радіонова О.М., Александрова С.А., Писарева І.В.* Covid-19 як тригер гібридних івент-технологій в індустрії туризму. *Інфраструктура ринку.* 2022. № 65. С. 73-76. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct66-13>.
3. *Мусик В.М.* Вітчизняний та зарубіжний досвід формування і розвитку івент-менеджменту. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку.* 2021. № 3 (1). С. 39-50.
4. *Даниленко О.О.* Особливості та дискусійні аспекти понять «подія» та «івент» у ресторанному господарстві. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі.* 2022. № 6. С. 12-18.
5. *Sadchenko O., Lagodiienko V., Novyukova I., Feshchenko O., Ruzhynska N., Bogdanov O.* Marketing Tools in Stimulating Innovative Activity of Enterprises. *International Journal of Management.* 2020. № 11 (6). P. 241-251.
6. *Безугла Л.С., Шинкаренко Н.В., Куваєва Т.В.* Дослідження тенденцій розвитку ринку послуг в Україні. *Економічний вісник Дніпровської політехніки.* 2022. № 3 (79) С. 69-78.

7. **Макар О.** Діловий туризм: перспективний напрям туристичної діяльності. *Mechanism of an Economic Regulation*. 2023. № 1 (99). С. 86-92.
8. **Музичка Є.О.** Тенденції розвитку світового ринку MICE-туризму. *Ефективна економіка*. 2019. № 2.
9. **Lagodiienko V., Karyu O., Ohiienko M., Kalaman O., Lorvi I., Herasimchuk T.** Choosing Effective Internet Marketing Tools in Strategic Management. *International Journal of Recent Technology and Engineering*. 2019. Vol. 8. no. 3. P. 5220-5225.
10. **Белобородова М.** Соціальна відповідальність закладів індустрії гостинності в Україні: ретроспективний аналіз. *Економічні горизонти*. 2023. № 3(25). С. 36-46. DOI: [https://doi.org/10.31499/2616-5236.3\(25\).2023.286654](https://doi.org/10.31499/2616-5236.3(25).2023.286654).
11. Google Analytics. URL: <http://surl.li/uhltt>.
12. **Безугла Л.С.** Особливості маркетингової діяльності у сфері туристичних послуг. Існуюча практика та новітні тенденції в управлінні суб'єктами господарювання різних організаційно-правових форм: колективна монографія. Дніпро: Пороги, 2020. С. 515-523.
13. Custom Market Insights. Global Events Industry Market 2024-2033. 2023. URL: <https://www.custommarketinsights.com/report/events-industry-market/>.
14. Методичні рекомендації НТОУ 06.01:2020. Система управління сталим розвитком подій. Вимоги та настанови щодо застосування (відповідно до ISO 20121:2012). URL: <http://surl.li/uhltz>.
15. **Белобородова М.В., Юрчишина Л.І.** Сучасні бізнес-комунікації та міжнародний етикет в сфері обслуговування. *Інфраструктура ринку*. 2023. № 70. С. 135-139. URL: [http://www.market-infr.od.ua/journals/2023/70\\_2023/26.pdf](http://www.market-infr.od.ua/journals/2023/70_2023/26.pdf).

#### References.

1. **Maliuta, L.Ya., Sherstiuk, R.P., Ostrovs'ka, H.J.** (2021). «Event management in the tourism industry». *Tsentral'no-ukrains'kij naukovij visnyk. Ekonomichni nauky*. Issue 6(39). pp. 220-230. DOI: [https://doi.org/10.32515/2663-1636.2021.6\(39\).220-230](https://doi.org/10.32515/2663-1636.2021.6(39).220-230).
2. **Radionova, O.M., Aleksandrova, S.A., Pysareva, I.V.** (2022). «Covid-19 as a trigger for hybrid event technologies in the tourism industry». *Infrastruktura rynku*. № 65. pp. 73-76. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct66-13>.
3. **Mysyk, V.M.** (2021). «Foreign research and development of event management». *Menedzhment ta pidpriemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennia i problemy rozvytku*. № 3 (1). pp. 39-50. Available at: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2021/jun/23771/menedzhment121-41-52.pdf>.
4. **Danylenko, O.O.** (2022). «Features and debatable aspects to understand the “show” and “event” in the restaurant dominion». *Industriia turyzmu i hostynnosti v Tsentral'nij ta Skhidnij Yevropi*. № 6. pp. 12-18. DOI: <https://doi.org/10.32782/tourismhospsee-6-2>.
5. **Sadchenko, O., Lagodiienko, V., Novytkova, I., Feshchenko, O., Ruzhynska, N., Bogdanov, O.** (2020). «Marketing Tools in Stimulating Innovative Activity of Enterprises». *International Journal of Management*. № 11 (6). pp. 241-251. Available at: <http://www.iaeme.com/IJM/issues.asp?JType=IJM&VType=11&IType=6>. DOI: <https://doi.org/10.34218/IJM.11.6.2020.023>.
6. **Bezuhla, L.S., Shynkarenko, N.V., Kuvaieva, T.V.** (2022). «Follow-up on trends in the development of the services market in Ukraine». *Ekonomicznyj visnyk Dniprov's'koi politekhniki*. № 3 (79) pp. 69-78. Available at: [https://ev.nmu.org.ua/index.php/uk/archive/14-catuk?arh\\_article=1446](https://ev.nmu.org.ua/index.php/uk/archive/14-catuk?arh_article=1446).
7. **Makar, O.** (2023). «Business tourism: promising direct tourism activities». *Mechanism of an Economic Regulation*. № 1 (99). pp. 86-92. DOI: <https://doi.org/10.32782/mer.2023.99.14>.
8. **Muzychka, Ye.O.** (2019). «Trends in the development of the light market for MICE tourism». *Efektivna ekonomika*. № 2. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.2.58>.
9. **Lagodiienko, V., Karyu, O., Ohiienko, M., Kalaman, O., Lorvi, I., Herasimchuk, T.** (2019). «Choosing Effective Internet Marketing Tools in Strategic Management». *International Journal of Recent Technology and Engineering*. Vol. 8. no. 3. pp. 5220-5225. DOI: <https://doi.org/10.35940/ijrte.C5868.098319>.
10. **Bieloborodova, M.** (2023). «Social diversity of mortgages in the hospitality industry in Ukraine: a retrospective analysis». *Ekonomiczni horyzonty*. № 3(25). pp. 36-46. DOI: [https://doi.org/10.31499/2616-5236.3\(25\).2023.286654](https://doi.org/10.31499/2616-5236.3(25).2023.286654).
11. Google Analytics. Available at: <http://surl.li/uhltt>.
12. **Bezuhla, L.S.** (2020). *Osoblyvosti marketynhovoi diial'nosti u sferi turystychnykh posluh. Isnuucha praktyka ta novitni tendentsii v upravlinni sub'iektamy hospodariuvannia ryznykh orhanizatsijno-pravovykh form*. [Features of marketing activities in the tourism services sector. Basic practice and new trends in governing subjects of various organizational and legal forms]. Porohy. Dnipro. Ukraine.
13. Custom Market Insights. Global Events Industry Market 2024-2033. (2023). Available at: <https://www.custommarketinsights.com/report/events-industry-market/>.
14. Методичні рекомендації НТОУ 06.01:2020. Система управління сталим розвитком подій. Вимоги та настанови щодо застосування (відповідно до ISO 20121:2012). [Methodological recommendations NTOU 06.01:2020. The control system for the steel development is underway. Vimogi and shodo zastosuvannya (compliance with ISO 20121:2012)]. Available at: <http://surl.li/uhltz>.
15. **Bieloborodova, M.V., Yurchyshyna, L.I.** (2023). «Current business communications and international etiquette in the service industry». *Infrastruktura rynku*. № 70. pp. 135-139. Available at: [http://www.market-infr.od.ua/journals/2023/70\\_2023/26.pdf](http://www.market-infr.od.ua/journals/2023/70_2023/26.pdf).

#### Abstract.

**Deli V., Kravchuk T.** *Development of event industry: opportunities for Ukraine.*

The article is devoted to the substantiation of the place and importance of the event industry, MICE events and business tourism for the formation of a positive image of the country. The research methodology includes critical analysis of scientific literature and normative sources - to summarize trends in the development of the event industry in the leading macro-regions of the world, as well as to substantiate the directions of sustainable development of the event management system based on the PDCA model, analysis of search queries using Google Trends - to determine regions of Ukraine with the highest level of interest in the topics event industry, a graphic method - to display information flows between participants of MICE tours. Ways to ensure the sustainable development of the event management system, which are based on the PDCA model, have been studied. The state of the MICE and event industry in the leading macro-regions of the world is analyzed. The degree of interest in the topic of events was investigated based on the analysis of search queries in Ukraine in 2023-2024. Five regions of Ukraine were identified, in which the largest number of queries on the topics “event”, “event technology”, “business tourism” was recorded

on average month. They include the city of Kyiv and Lviv, Zhytomyr, Khmelnytskyi and Ivano-Frankivsk regions. The Ukrainian experience of organizing professional forums of event managers during 2018-2024 was analyzed. The predominance of the regions of the Center of the West of Ukraine in the organization of events is primarily explained by security measures. A model-scheme of information flows between participants of MICE-tours is given. The importance of MICE events in the event industry of Ukraine is substantiated. Initiatives such as corporate social responsibility (CSR) programs, community outreach and sustainable practices were identified as highlighting the industry's commitment to positive impact beyond economic considerations. Events are transformed into platforms for fundraising and awareness campaigns for social and environmental actions and activities.

**Keywords:** events, event management, event technologies, event industry, MICE events, PR events, hotel and restaurant services, hotel and restaurant business, incentive tour.

Стаття надійшла до редакції 30.05.2024 р.

**Бібліографічний опис статті:**

Делі В.Ю., Кравчук Т. В. Розвиток івент-індустрії : можливості для України. Актуальні проблеми інноваційної економіки та права. 2024. № 4. С. 31-36.

Deli V., Kravchuk T. Development of event industry: opportunities for Ukraine. Actual problems of innovative economy and law. 2024. No. 4, pp. 31-36.

УДК: 330.341.1:339; JEL classification: M12

DOI: <https://doi.org/10.36887/2524-0455-2024-4-7>

СІРИК Зеновій Орестович<sup>1</sup>, доктор економічних наук, доцент, доцент кафедри адміністративного та фінансового менеджменту, <https://orcid.org/0000-0001-9886-1068>

БЕРЕЗА Назарій Романович<sup>1</sup>, аспірант, <https://orcid.org/0009-0007-5697-2115>

МАРГІТА Михайло Васильович, кандидат економічних наук, заступник міського голови м. Ужгород, Ужгородська міська рада, <https://orcid.org/0009-0006-0391-4600>

## ВПЛИВ АДМІНІСТРАТИВНО-ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ РЕФОРМИ НА ПОКРАЩЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ

Сірик З.О., Береза Н.Р., Маргіта М.В. Вплив адміністративно-територіальної реформи на покращення управління персоналом у публічному управлінні.

Адміністративно-територіальна реформа є основним фактором у сучасному публічному управлінні, оскільки вона прямо впливає на організаційну структуру та функціонування державних органів на різних рівнях влади. Ця стаття розглядає вплив адміністративно-територіальної реформи на управління персоналом у секторі публічного управління. Насамперед реформа може призвести до змін у структурі та компетенціях державних органів, що вимагає перегляду процесів найму, звільнення та управління персоналом. Нові адміністративні одиниці можуть виникати або наявні можуть бути реорганізовані, що створює необхідність у пошуку та розгляді кадрових змін. Подальша адаптація персоналу до нових умов роботи та вимог може потребувати проведення навчання, перепідготовки та розвитку кадрів. У цьому контексті важливо забезпечити належну комунікацію та залучення персоналу до процесу змін. Також реформа може вплинути на системи мотивації та стимулювання персоналу у секторі публічного управління. Нові вимоги до ефективності та результативності роботи можуть бути потрібні для визначення системи оплати праці та інших стимулів. Загалом адміністративно-територіальна реформа не лише створює виклики, але й може бути можливістю для покращення управління персоналом у секторі публічного управління, якщо вона впроваджується з належною увагою до потреб та інтересів персоналу, а також з врахуванням сучасних методів управління персоналом.

**Ключові слова:** державна політика, управління, кадрова політика, персонал, система управління персоналом.

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Управління персоналом у сфері публічного управління відіграє важливу роль у забезпеченні ефективності та якості надання державних послуг, а також в реалізації стратегічних цілей держави. Одним з факторів, що впливає на ефективність управління персоналом, є адміністративно-територіальна реформа, яка спрямована на оптимізацію та раціоналізацію структури та функцій органів державного управління.

Вступ України на шлях розвитку як незалежної держави поставив перед нею завдання розробити свою власну державну політику в різних сферах діяльності, зокрема у сфері кадрів і кадрової політики. Це особливо важливо, оскільки кадрова політика є важливим інструментом, за допомогою якого держава впливає на соціальний, політичний та економічний розвиток.

Будівництво демократичної правової держави та вирішення складних політичних і соціально-економічних проблем потребують постійної уваги до кадрової служби. Україні зараз, більше ніж будь-коли, необхідна науково обґрунтована державна кадрова політика, система роботи з

кадрами, що буде сприяти призначенню на посади та формуванню персоналу управління, підготовці кваліфікованих державних службовців та їхньому постійному підвищенню кваліфікації. Тому формування та ефективне впровадження кадрової політики є важливою та актуальною проблемою державного управління.

### Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Принципи та методи управління персоналом у сфері державної служби досліджують такі вчені: О. Гугул [1], Н. Жук [2], І. Захарова [3], Н. Левицька [4] та ін. Але багато теоретичних питань з проблеми ще не з'ясовані та вимагають подальшого розв'язання.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Метою роботи є дослідження впливу адміністративно-територіальної реформи на покращення управління персоналом в публічному управлінні.

### Виклад основного матеріалу дослідження.

Управління персоналом у публічних установах та організаціях – це складний і різноплановий процес, який визначає результативність організацій через ефективне застосування сучасних методів

<sup>1</sup>Інститут адміністрування, державного управління та професійного розвитку НУ "Львівська політехніка"