

**EVENT MANAGEMENT В УКРАЇНІ:
ТРАНСФОРМАЦІЯ ФОРМАТІВ ОРГАНІЗАЦІЇ ПОДІЙ
ДЛЯ СТИМУЛЮВАННЯ БІЗНЕСУ**

Демідова Е. А.

*здобувачка третього курсу першого (бакалаврського) рівня вищої
освіти спеціальності 073 Менеджмент факультету менеджменту,
готельно-ресторанної справи та туризму*

Міжнародний університет

Наукова керівниця: Горбаньова В. О.

*докторка філософії з менеджменту,
старша викладачка кафедри менеджменту*

Міжнародний університет

м. Одеса, Україна

Сучасний український бізнес функціонує в умовах високої турбулентності, що зумовлена воєнними ризиками, зміною споживчої поведінки, міграційними процесами та кадровим дефіцитом. У цих умовах традиційні інструменти маркетингу та комунікації втрачають ефективність, що обумовлює зростання ролі event management як інструменту формування цінності бренду, розвитку партнерств і залучення клієнтів.

Особливої актуальності набуває менеджмент подій у сфері HoReCa (готельно-ресторанний бізнес), де продукт нерозривно пов'язаний із емоційним досвідом споживача [1]. У цьому контексті форуми, конференції, бізнес-заходи, гастрономічні фестивалі та тематичні події виступають не лише каналами комунікації, а й інструментами створення конкурентних переваг підприємств. Проблема дослідження полягає у необхідності трансформації традиційних форматів проведення форумів і конференцій у більш гнучкі, інтерактивні та орієнтовані на практичний результат. Класичні формати, засновані на лекційній подачі матеріалу, часто не забезпечують достатнього рівня залученості аудиторії, що знижує ефективність заходів.

Методологічною основою дослідження є аналіз сучасних підходів до event management, синтез практичних кейсів українського бізнесу, а також узагальнення міжнародного досвіду організації подій у сфері HoReCa [2].

Сучасні тенденції розвитку event management демонструють перехід від інформаційної до досвідної (experience-based) моделі подій. Ключовими характеристиками інноваційних форматів є гібридність (поєднання онлайн та офлайн участі), персоналізація контенту, інтерактивність, використання

цифрових технологій (Big Data, CRM, аналітика поведінки учасників), а також інтеграція елементів емоційного дизайну.

В Україні вагомий внесок у розвиток культури подій здійснюють практики event-індустрії. Сучасна подія повинна створювати емоційний зв'язок із аудиторією, бути «досвідом, який хочеться прожити», а не просто заходом із передачею інформації. Такий підхід є особливо релевантним для ресторанної та готельної сфери, де клієнт оцінює не лише продукт, а й атмосферу, сервіс і загальне враження.

Практика організації подій у гастросфері демонструє високу ефективність форматів, що поєднують професійний контент із емоційним досвідом. До них належать гастрономічні вечери з елементами storytelling, pop-up ресторани, тематичні дегустації, кулінарні майстер-класи та бізнес-сніданки для професійних спільнот. Такі заходи сприяють формуванню довіри до бренду та підвищують рівень залученості аудиторії [3].

Окремої уваги заслуговує діяльність українських компаній у сфері HoReCa, зокрема Ribas Group – готельно-інвестиційної та керуючої компанії, яка активно впроваджує сучасні підходи до розвитку сервісу та клієнтського досвіду. У практиці компанії події розглядаються як інструмент формування ком'юніті навколо бренду, підвищення лояльності гостей та просування об'єктів нерухомості й готельних продуктів [4].

У контексті діяльності Ribas Group події можуть включати бізнес-форуми для інвесторів, презентації нових готельних концепцій, професійні конференції у сфері гостинності, а також заходи для клієнтів, спрямовані на формування емоційної прив'язаності до бренду [5]. Такий підхід дозволяє поєднувати маркетингові, комунікаційні та інвестиційні цілі в межах одного заходу. Аналіз практичних кейсів дозволяє виділити ключові інноваційні формати проведення форумів і конференцій:

- Гібридні події, що забезпечують ширше охоплення аудиторії;
- Імерсивні заходи, де учасник стає частиною події;
- Гастрономічні форуми, що поєднують професійний контент із кулінарним досвідом;
- Камерні нетворкінг-події, орієнтовані на якісні бізнес-зв'язки;
- Pop-up формати, що створюють ефект унікальності та обмеженості;
- Події з використанням storytelling, що формують емоційний зв'язок із брендом.

Важливим напрямом розвитку event management у сучасних умовах є інтеграція цифрових інструментів та аналітики поведінки учасників заходів. Використання CRM-систем, мобільних додатків подій, персоналізованих розсилок і трекінгу активності учасників дозволяє організаторам не лише підвищити рівень залученості, але й отримувати цінні дані для подальшого вдосконалення форматів заходів. У практиці українських компаній, зокрема у сфері HoReCa та девелопменту, спостерігається тенденція до створення довготривалих ком'юніті навколо подій, коли форум або конференція стає

не одноразовою активністю, а частиною системної комунікації з клієнтами та партнерами. Це проявляється у проведенні серій заходів, закритих клубів для учасників, післяподієвого супроводу (follow-up комунікації), а також використанні контенту подій у цифрових каналах. Такий підхід значно підвищує ефективність event management, трансформуючи його з витратної статті бюджету у стратегічний інструмент розвитку бізнесу.

Економічний ефект від впровадження інноваційних форматів проявляється у підвищенні впізнаваності бренду, зростанні продажів, формуванні довгострокових партнерств і залученні інвестицій. У сфері HoReCa це також впливає на збільшення повторних відвідувань і середнього чека.

Соціальний ефект полягає у розвитку професійних спільнот, підтримці локального бізнесу, популяризації української культури гостинності та формуванні позитивного іміджу України на міжнародній арені.

Таким чином, event management в Україні трансформується у стратегічний інструмент розвитку бізнесу, особливо у сфері ресторанно-готельної індустрії. Інноваційні формати подій дозволяють підвищити ефективність комунікації, створити унікальний клієнтський досвід та забезпечити стійкий розвиток підприємств в умовах сучасних викликів.

Література:

1. Getz D. Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events. London: Routledge, 2012. 442 p.
2. Goldblatt J. Special Events: Creating and Sustaining a New World for Celebration. Hoboken : Wiley, 2014. 464 p.
3. Bazilik Media. Матеріали про івенти в гастросфері. URL: <https://bazilik.media> (дата звернення: 04.05.2026).
4. Практика розвитку HoReCa в Україні: аналітичні звіти. URL: <https://pro-consulting.ua> (дата звернення: 04.05.2026).
5. Ribas Hotels Group. Досвід управління готельними проєктами. URL: <https://ribashotelsgroup.ua> (дата звернення: 04.05.2026).