

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**Сумський державний університет**

Факультет іноземної філології та соціальних комунікацій

Кафедра психології, політології та соціокультурних технологій

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри

психології, політології та

соціокультурних технологій

\_\_\_\_\_ Андріана КОСТЕНКО

\_\_\_\_\_ 2024 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

**на здобуття освітнього ступеня бакалавр**

зі спеціальності 028 Менеджмент соціокультурної діяльності,

освітньо-професійної програми «Менеджмент соціокультурної діяльності» на тему:

«Вдосконалення практичних підходів до реалізації соціокультурних проєктів шляхом створення event-команди»

Здобувачки групи КД-01-2

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень.

Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

\_\_\_\_\_

(підпис)

Охріменко Ілона Валеріївна

(Ім'я та ПРІЗВИЩЕ здобувача)

Керівник

Котенко Олександр Олександрович к.е.н., доцент, старший викладач кафедри ППСТ

(Ім'я та ПРІЗВИЩЕ, посада, науковий ступінь, вчене звання)

\_\_\_\_\_ (підпис)

## АНОТАЦІЯ

**Тема дослідження-**вдосконалення практичних підходів до реалізації соціокультурних проектів шляхом створення event-команди

**Keywords:** event team, socio-cultural activity, socio-cultural events, management, socio-cultural project, social capital, manager, leader, team member.

**Ключові слова:** event-команда, соціокультурна діяльність, соціокультурні заходи, менеджмент, соціокультурний проєкт, соціальний капітал, менеджер, керівник, учасник команди.

**Мета дослідження-**вдосконалення практичних підходів до реалізації соціокультурних проектів шляхом створення event-команди.

### **Завдання дослідження:**

1. Визначити особливості соціокультурних проєктів
2. Висвітлити етапи розвитку та соціальний капітал в діяльності event-команди.
3. Проаналізувати практичні підходи соціокультурних проєктів event-команди.
4. Описати власний досвід організованих соціокультурних проєктів створеної event-команди.
5. Описати нові практичні підходи в організації соціокультурного проєкту.
6. Проаналізувати впроваджені практичні підходи в реалізації соціокультурних проєктів шляхом створеної event-команди.

**Об'єкт дослідження-**практичні підходи в процесі реалізації соціокультурного проєкту шляхом створеної event-команди.

**Предмет дослідження-**вдосконалення практичних підходів в реалізації соціокультурних проєктів шляхом створеної event-команди

**Методи дослідження**-для вдосконалення практичних підходів необхідно вивчити джерела з структури проєкту, формування команди, аналізу діяльності за допомогою SWOT-аналізу, щоб конкретно визначити процеси, етапи, ризики, слабкі та сильні сторони. На основі теоретичного дослідження формується чітке бачення реалізації соціокультурних проєктів. Практична частина аналізує команду та необхідні їй практичні підходи, які поступово мають входити в основу роботи event-команди та вдосконалювати соціокультурні проєкти. На цьому етапі розробляється новий формат соціокультурного проєкту, долучаються фахівці громадських організацій з якими розпочинається співпраця

**Структуру й обсяг роботи**-досягнення мети і вирішення завдань дослідження відображені у змісті роботи, який складається зі вступу, двох розділів, висновків до кожного з них, списку використаних джерел (26 найменувань, з них 2 – іноземними мовами) та 7 додатків на 10 сторінках. Загальний обсяг роботи становить 69 сторінок (основний текст – 56 сторінок). Робота містить 14 рисунків та 2 таблиці.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>5</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ПРОЄКТІВ ШЛЯХОМ СТВОРЕННЯ EVENT-КОМАНДИ.....</b>	<b>9</b>
1.1 Теоретичні засади проведення соціокультурних проєктів шляхом організації event-команди.....	9
1.2. Особливості залучення соціального капіталу на різних етапах життєвого циклу event-команди .....	21
1.3 Аналіз сильних та слабких сторін, а також можливостей і загроз event-команди як інструмента реалізації соціокультурних проєктів. Світовий досвід використання event-команд в соціокультурній діяльності. ....	28
Висновки до розділу 1 .....	36
<b>РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНІ ПІДХОДИ ДО РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ПІДХОДІВ ШЛЯХОМ СТВОРЕННЯ EVENT-КОМАНДИ .....</b>	<b>37</b>
2.1 Стратегічне значення досвіду, організованих соціокультурних проєктів event-команди .....	37
2.2 Характеристика використаних практичних підходів під час проведення соціокультурного проєкту .....	46
2.3. Аналіз результатів впроваджених практичних підходів та проведеного соціокультурного проєкту event-команди .....	53
Висновки до розділу 2 .....	56
<b>ВИСНОВОК .....</b>	<b>57</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....</b>	<b>60</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>63</b>

## ВСТУП

**Актуальність дослідження-вдосконалення** практичних підходів до реалізації соціокультурних проектів дають змогу глибше зрозуміти можливості сучасного менеджменту соціокультурної діяльності, зокрема через впровадження інноваційних інструментів реалізації соціокультурних заходів. Для проведення соціокультурних заходів, а саме сучасних івентів необхідна команда яка має досконало використовувати інструменти менеджменту і, таким чином, здійснювати позитивний вплив на громадкість, заохочувати на участь у таких командах для власного розвитку, знаходити новаторські ідеї, розвивати навички та мислення від культурної різноманітності. Такі команди в літературі сьогодні прийнято називати «event-командами», які створюють значний потенціал формуючи анімацію громадської діяльності на місцевому рівні, допомагають місцевим ініціативам залучати молодь та інноваційно організовувати події, які відрізняються від звичайних. Тому дослідження, пов'язані із організацією та впровадженням event-команд у соціокультурну галузь є надзвичайно актуальними.

**Мета дослідження-вдосконалення** практичних підходів в реалізації соціокультурних проектів шляхом створеної event-команди.

**Об'єкт дослідження-практичні** підходи в процесі реалізації соціокультурного проекту шляхом створеної event-команди.

**Предмет дослідження-вдосконалення** практичних підходів до реалізації соціокультурних проектів шляхом створення event-команди.

**Завдання дослідження:**

1. Охарактеризувати особливості створення команди та процесу соціокультурних проектів.
2. Проаналізувати соціальний капітал в діяльності event-команди.

3. Розробити практичні підходи для вдосконалення соціокультурних проєктів event-команди.
4. Висвітлити власний досвід організованих соціокультурних проєктів створеної event-команди.
5. Описати нові практичні підходи в організації соціокультурного проєкту.
6. Проаналізувати впроваджені практичні підходи в реалізації соціокультурних проєктів шляхом створеної event-команди.

**Гіпотеза дослідження**-використання event-команди як інструмент сучасного менеджменту який може підвищувати ефективність реалізації соціокультурних проєктів.

**Методи дослідження**-для вдосконалення практичних підходів необхідно вивчити джерела з структури проєкту, формування команди, аналізу діяльності за допомогою SWOT-аналізу, щоб конкретно визначити процеси, етапи, ризики, слабкі та сильні сторони. На основі теоретичного дослідження формується чітке бачення реалізації соціокультурних проєктів. Практична частина аналізує команду та необхідні їй практичні підходи, які поступово мають входити в основу роботи event-команди та вдосконалювати соціокультурні проєкти. На цьому етапі розробляється новий формат соціокультурного проєкту, долучаються фахівці громадських організацій з якими розпочинається співпраця.

**Теоретична значущість дослідження**-теоретичне дослідження базується на вивченні етапів та процесів проєкту, портрет учасника команди, методи формування команди, значення соціального капіталу в діяльності команди та розвитку соціокультурних проєктів. Віддаючи належне дослідникам і вченим, які дають базовий теоретичний матеріал, на основі цього було розроблено власні схеми для опису проєктності в соціокультурній діяльності.

**Практична значущість дослідження-**у розробці підходів для реалізації соціокультурного проєкту залучено ГО «Центр євроініціатив», команда громадської організації надала освітню програму з проведення проєкту, та допомогла організувати ненасильницькі дебати. Співпраця з громадською організацією створила мотив навчатися новому, розширювати можливості діяльності команди і реалізовувати нові соціокультурні проєкти в м. Суми.

**База дослідницької діяльності-**ГО «Центр євроініціатив» за підтримки Національної Агенції Італії Програми Еразмус+; МО «235м<sup>2</sup>»; Сумський державний університет.

**Апробація результатів дослідження-**результати роботи доповідалися на VI Всеукраїнському науково-практичній конференції студентів та молодих вчених «Ситуаційний менеджмент і лідерство: теорія, історія, культура та мистецтво управління» (м. Київ, 9-10 травня 2024 року). Тема доповіді: «Теоретичні засади ситуаційного управління менеджера в соціокультурних проєктах». Результати роботи були опубліковані у збірнику тез I Міжнародної науково-практичній конференції «Стратегічні інновації соціальних комунікації та іноземної філології в умовах кризи» (1 червня 2024 року, Сумський державний університет). Тема доповіді: Анастасія Москаленко, Ілона Охріменко «Перспективи активізації соціокультурної діяльності публічних бібліотек з залученням івент-команд». Тема врахування у діяльність event-команди на етапі створення команди та реалізації соціокультурних проєктів, про що свідчить акт впровадження.

**Структура та обсяг роботи-**досягнення мети і вирішення завдань дослідження відображені у змісті роботи, який складається зі вступу, двох розділів, висновків до кожного з них, списку використаних джерел (26 найменувань, з них 2 – іноземними мовами) та 7 додатків на 10 сторінках.

Загальний обсяг роботи становить 69 сторінок (основний текст – 56 сторінок).  
Робота містить 14 рисунків та 2 таблиці.



# РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ПРОЄКТІВ ШЛЯХОМ СТВОРЕННЯ EVENT-КОМАНДИ

## 1.1 Теоретичні засади проведення соціокультурних проєктів шляхом організації event-команди

Тенденції соціокультурної діяльності набувають розвитку в різних напрямках, наприклад мова, культура, релігія, політико-правові установи тощо [18].

Зростання популярних брендів відбувається з допомогою сучасних образів, переваги розвитку нового дозвілля підвищує інтерес аудиторії, події у сучасному світі впливають на історичний хід та духовність людей, талановиті співаки відчуваючи стан українців представляють країну і створюють нове обличчя України закриваючи потреби військовим або громадянським жителям.

Кожна дія має свою ціль і формує систему, яка на перший погляд не помітна для споживачів, проте кожен напрямок дії в соціокультурній діяльності стає інноваційним та є ключовою складовою проєкту. Важливу роль в соціокультурних проєктах відіграє створення умов, усвідомлення потреб, ініціатива молодих фахівців та усвідомлення інтересів народу.

*Проєктність*-це один із вимірів рівня культури суспільства, а проєктна діяльність забезпечує активне залучення молоді, фахівців, однодумців для спільної праці над метою, досягання мети і збереження культурних явищ [18, с. 9].

«Сьогодні ж проєктування охоплює майже усі сфери діяльності людини та суспільства, породжуючи самостійні напрями у соціально-культурній сфері, екології, педагогіці, психології. Проєкти використовуються в малих зокрама

середніх організаціях, громадських чи в більшості випадків державних організаціях, не прибуткових або комерційних структурах. На додачу до вищезазначеного проекти відрізняються за сферою застосування, змістом предметного поля, джерелами фінансування, періодом реалізації, складом учасників тощо. Проектом називають естрадні програми, нові телепередачі, мистецькі акції, культурно-дозвілльєві заходи, туристичні мандрівки, рекреаційну діяльність.» [17, с.4]

Сьогодні практика соціокультурої сфери реагує на зміни які відбуваються у зовнішньому середовищі і таким чином запроваджуються нові проекти.

Проект потенційно самостійно вирішує проблеми які можуть зберегти або покращити ідею для потенційного клієнта чи споживача, а також формує навичку вирішувати можливі проблеми які виникають під час проекту.

Адаптованість проекту залежить від зовнішніх впливів, слід включити сучасні тенденції, суспільний розвиток, еволюцію культурного простору в будь-який період розвитку для проектного успіху. Від самого початку проект має основні ознаки, змістовність і наповнення соціокультурного розвитку на ринку, має конкретну ідею, завдання, терміни реалізації, завершення, результат. (рис. 1.1)

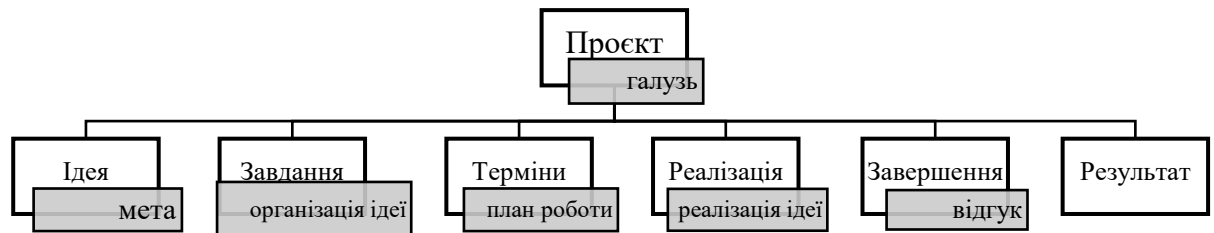


Рисунок 1.1 – Ієрархічна система проекту (авторська розробка)

За певних умов, проект потребує певні ресурси:

- фінанси;

- кадровий склад;
- PR інформування;
- територію;
- безпечне місце;
- документоведення;
- звітність;
- партнерство.

Кожен підприємець, організатор соціокультурної діяльності в систему реалізації проєкту може вносити зміни проєкту, давати етапам різну назву, міняти місцями першочергові дії, розділяти обов'язки не лише кадровим змінам, а й долучати до співпраці партнерів, під час проведення заходу застосовувати цікаві елементи і досліджувати аудиторію. Проєкт дає широкі можливості отримати різні знання у дослідженні, плануванні, організації, проведенні, завершального моніторингу, так як в підґрунті кожної дії виникають зміни, які повертаються повторюються, або ризики-які з'являються для можливості новизни рішень [6].

*Процеси проєкту* розвивають інтенсивність соціокультурної сфери і позитивно несе вплив на мережу культури в сучасних умовах на управлінських та організаційних формах. Соціокультурна діяльність охоплює менеджмент який працює за основними функціями:

- Тайм-менеджмент (планування завдань, розподіл обов'язків, визначення цілей, календарні планування, система зберігання даних, формування дисципліни, зниження стресу, баланс між сферами життя, підвищення продуктивності тощо);
- Команда (організація роботи, виявлення спільних інтересів, пошук партнерства, формування задач, розробка ідей, дослідження, вивчення матеріалу послуг, вивчення ризиків, пошук бюджету, підготовка до презентації, мозкові штурми тощо);

- Мотивування (традиції колективу/організації, спрощена система роботи, навчання персоналу, відпочинок, нагородження тощо);
- Перевірка (перевірка матеріалу, документів, затвердження термінів, наявність технічних засобів, місце для проведення, квартальні екзамени тощо).

Функції, допомагають розробляти та впроваджувати аматорські програми в сучасній системі менеджменту. Типізувавши дані аспекти, вивчаючи їх детально, з'являється система проєктного менеджменту соціокультурної діяльності, в цілому. При широкому практикуванні процеси менеджменту забезпечують перетворення творчих цінностей і застосувати нововведення.

Проєктування нових ідей в соціокультурній діяльності, автоматично збільшує кількість активностей на фізичному рівні перебуванні певної місцевості. За мету менеджмент має зберегти культуру, оновити застарілі підходи, осучаснити потреби людини та задовільнити духовний розвиток.

Сучасні умови реалізації соціокультурних проєктів потребують більшої уваги в умовах воєнного стану, обмеження для життя впливають на свободу проявів людини, особливості прояву життєдіяльності вимагають знаходити нову творчу мотивацію, взаємодію з людьми, і перемогти не лише на бойовому фронті, а й підтримати економічну, соціальну, культурну фронті.

Криза, що сприяє ініціативі об'єднує, підвищує стійкість, стимулює появи новим форм мистецтва, приймає культуру різною. З ситуацією, що склалася, розвиваються соціокультурні інновації які потрібно підтримувати і покращувати, передавати закордонним партнерам активні ініціативи або отримувати можливості вивільнитися для творчості.

В цьому контексті треба зазначити, що необхідним елементом проєкту є, наявність команди. Загальна мета і взаємодія, допомагають витримати кризові ситуації, виконати завдання на які не здатен дати відповідь штучний інтелект, проконтролювати процеси, фізично організувати захід. Першочерговим

завданням сучасних соціокультурних проєктів ставить перед собою мету зібрати команду [12].

Команда – невелика кількість людей (до 12), ефективно працюють над вирішенням проблем, організацією приймаючи рішення та діями доводять до результату. Основними рисами успішної команди можуть бути:

- мотивація;
- комунікабельність;
- комфорт;
- можливості розвитку;
- залучення нових ресурсів;
- соціальні зв'язки;
- здатність генерувати нові ідеї;
- вміти працювати в команді;
- поважати думку інших;
- працювати на спільний результат;
- відповідальність;
- поглиблювати;
- адаптуватися до змін;
- мінімізувати ризики;
- креативно мислити;
- розвивати організаційні навички;
- здобувати досвід за межами команди;
- приносити інновації в команду;
- бути собою та поважати особистість;
- мати лідерські якості;
- не боятися соціуму.

Збираючи групу осіб, для спільної роботи в проєктній діяльності потрібно врахувати, місце де будуть проводитися пошуки кандидатів для команди.

Підбирати кандидата варто за такими категоріями:

- володіння знаннями;
- набутий досвід;
- участь в проєктах;
- співпраця з командами;
- місце діяльності;
- адаптованість до змін;
- швидкість виконання завдання;
- пріоритетне місце в життєдіяльності;
- які розділяє цінності в своїй команді;
- чи розуміється в сучасних тенденціях СКД.

Портрет колеги, з яким в подальшому буде проходити спільна робота, має бути зрозумілим і чітко визначеним до моменту співбесіди. Перелік категорій може змінюватися в залежності від того: на якому етапі життєвого циклу перебуває команда, з якою метою створюється команда, яка кількість учасників доцільна для досягнення даної мети, враховуючи, вищеперелічені фактори, доцільно зробити висновок. Від визначених категорій, які потрібні для організації команди, сформується (рис. 1.2).

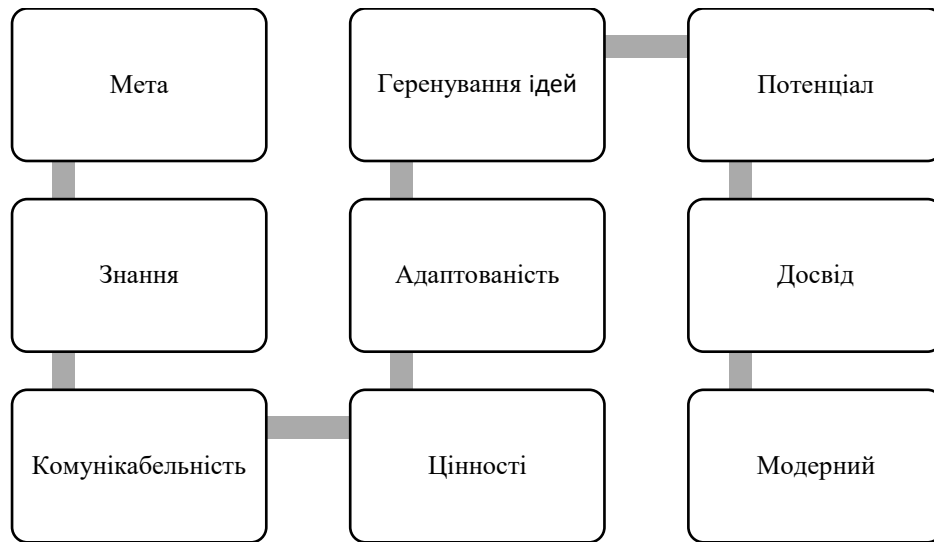


Рисунок 1.2 – Портрет кандидата до команди (авторська розробка)

Менеджеру СКД чи керівнику соціокультурного проєкту, який приймає рішення про організацію команди потрібно приділяти увагу, працювати з кожним учасником команди, що не менш важливо знати тонкощі при роботі з людьми.

Існують випадки коли, з метою підбору кандидатів на посаду в команді використовують елементи штучного інтелекту. Але досвід вказує на те, що особисте спілкування з кожним претендентом є не менш важливим етапом, ніж процедура їх штучного добору за базовими критеріями. На сьогоднішній день, участь в організації соціокультурного проєкту штучного інтелекту може хибно схилити до ідеї, що впоратися можливо без участі живого спілкування.

Непередбачено може відбутися «криза», яка буде проявлятися в нефіксованому часі під час якого будуть тривати пошуки кандидата та розглядання резюме, або відмова кандидата, щоб уникнути подібних ситуацій варто створити план, щоб дізнатися про можливі випадки ситуацій які призведуть до кризи можна використати штучний інтелект, але не покладатися про повне забезпечення переліку можливих ризиків.

*Створити команду* керівнику для проєкту, потрібно спробувати нову роль комунікаційного менеджера, розробити стратегію для того, щоб зусилля

повністю досягли поставленої цілі. При підборі учасників команди, менеджер має визначитися із тим, чи обов'язковою для кандидата є наявність попереднього досвіду. Зважаючи на складність проєкту, необхідним є підсилення команди досвідченим працівником. В цьому контексті, факт заповнення резюме часто не може дати однозначних відповідей на доцільність присутності даного кандидата в команді.

Збираючи команду з молодих фахівців-початківців, наприклад студентів, важливо зрозуміти їхні можливості і навички з якими вони будуть працювати і вдосконалювати. При пошуку учасників команди, складно розподіляти організаційні роботи менеджера і вдало розрахувати період часу до початку проєкту. Пошук потенційних учасників команди відбувається шляхом онлайн та офлайн, наприклад:

1. Знайомі або рідні (одногрупники, друзі).
2. Соціальні мережі (Instagram, Facebook).
3. Платформи онлайн-рекрутингу (Work.ua, OLX).
4. Професійні розвиваючі (курси, тренінги).
5. Подієві заходи (виставки, корпоративні свята)
6. Оголошення в медіа простір.

Людина яка зацікавлена в пропозиції та ідеї проєкту, сама звертається за контактними даними комунікаційного менеджера які знаходить, або бачить в поширеній інформації. Не завжди проявляється ініціатива потенційного кандидата, в такому випадку менеджер за вподобаною кандидатурою через особисті контакти завертається та пропонує можливість. Наступні дії менеджера потребують вивчити кандидата. Ознайомитись можна в форматі чат-бесіди, тесту, живе спілкування, онлайн-спілкування, оцінивши надане резюме, інтерактив. Стадія знайомства, відбору кандидатів призводить до взаємовідносин



які потрібно об'єднати, встановити зв'язок між усіма кандидатами допоможе згуртування та створення команди.

Створення команди в сучасних умовах реалізується способом онлайн чатів, без можливості зустрічі в режимі онлайн або відсутності місця роботи. Онлайн чат можна наповнити мотиваційним, ознайомчим процесом для спільної ефективної подальшої роботи. Онлайн простір зручний для контролювання завдань, розподілу обов'язків, зберігання даних, технічним властивостям, до яких суспільство звикло і демонструють систематичну стійкість.

Менеджер під час постановки цілей, організації, елементах праці, може спрямовувати себе на усунення та регулювання проєктувальних відхилень, виконання планів, впровадження заходів для зміни конкретних або загальних управлінських вимог. Крім цього, функції учасників сформованої команди будуть відрізнятися, виконуючи конкретну функцію учасник може не мати потрібних навичок, не встигати виконувати поставлені задачі вчасно, змусити інших працювати в двічі більше. Потрібно забезпечити умови, розробити систему або впливовий процес, який не дозволить команді втрачати ресурси, працювати в зворотній бік на досягнення цілей (рис. 1.3).

Таким чином, можна відобразити структуру створення команди і визначитися з діями. Для того, щоб перейти до пошуку людей потрібно зрозуміти конкретний портрет та функціональність кандидата (які має навички, де проживає, який має досвід, як часто навчається, які має цінності), після визначення критеріїв з обмеженнями і визначеними нормами необхідно здійснити пошук, знайти кандидата, провести знайомство, знайти необхідну кількість людей для команди, об'єднати всіх, знайти систему для подальшої роботи з командою і почати працювати над втіленням ідей.

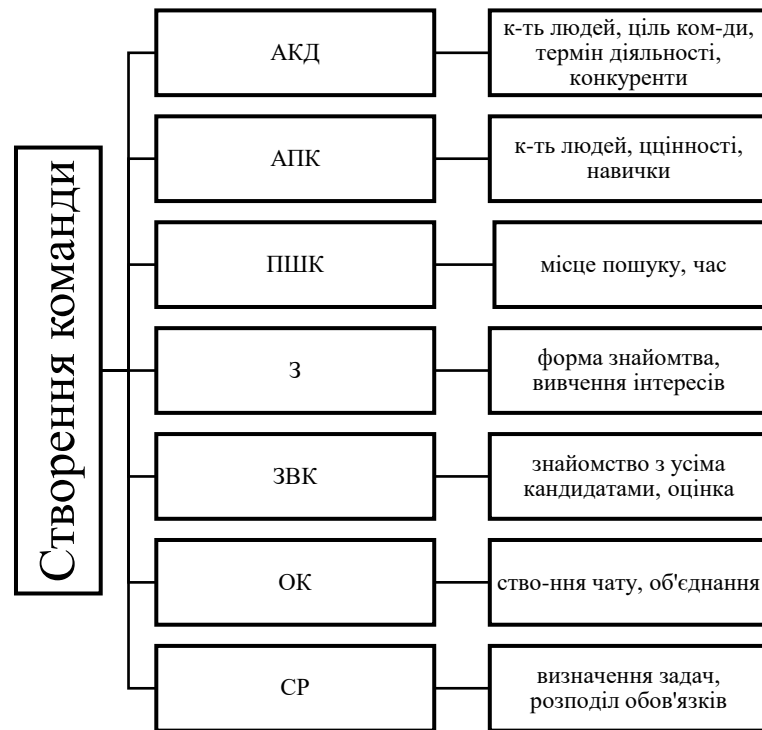


Рисунок 1.3 – Система створення команди; АКД-аналіз команди; АПК-аналіз портрета команди; ПШК-пошук кандидата; З-знайомство; ЗВК-знайти всіх кандидатів; ОК-об'єднати кандидатів; СР-систематизація роботи (авторська розробка)

Подальший розвиток створеної команди готується на перспективі розвитку сформованих ідей. В роботі команди першочергова місія створення плану роботи в середині, а вже потім формувати план цілей для реалізації ідеї та програми проєкту в соціокультурній діяльності. Як для початкової команди, в організаційну підготовку слід вступати з визначеним типом реалізації проєкту. Типи поділяються на два види: класичний, деталізований. Класичний тип використовується у великих довготривалих проєктах, його перевага в чітко визначених задачах які не можливо уникнути, легко контролювати, команда має раціональний час але команда не може розраховувати на масштабний внутрішній професійний розвиток. (рис. 1.4)



Рисунок – 1.4 Класичний тип реалізації проекту (авторська розробка)

Деталізований тип управління проектом вимагає уваги, розширює кількість задач, збільшується кількість партнерів. Команда має одного керівника, та декількох проєктних менеджерів які керують розподіленими штатними групами, мають переважно досвідчену команду більше 10 осіб, охоплює не одну галузь реалізації проєктів, робота з тайм-менеджментом, необхідна активність менеджерів не лише ззовні команди, наприклад з проєктними зовнішніми підрядниками, а й контроль всередині команди. (рис. 1.5)

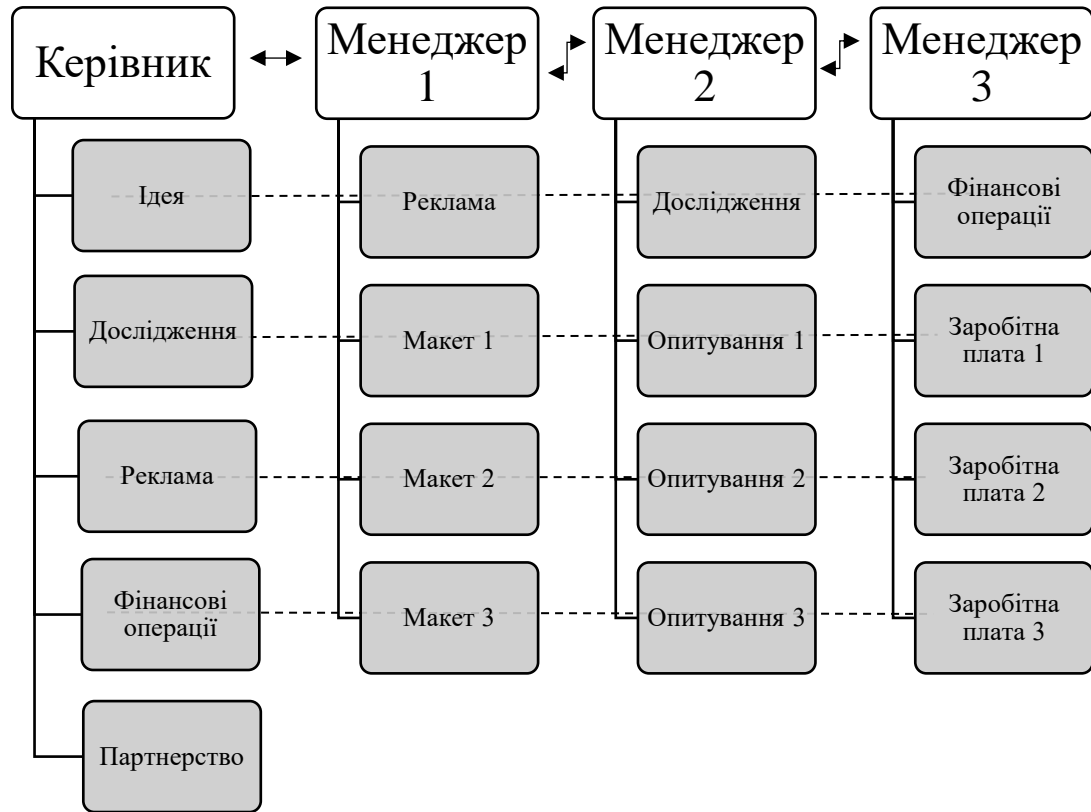


Рисунок 1.5 – Деталізований тип проекту (авторська розробка)

Перевага деталізованому типу проекту полягає в структурованій роботі команди, легкого розподілу завдань і вирішення проблем для керівника, маючи систему напрямків роботи за якими є закріплені менеджери і вони можуть контролювати процеси, виконуючи конкретно поставлені завдання і не втрачаючи контакту з керуючим [17].

В організацію соціокультурних проектів, входять напрямки роботи як туризм, спорт, мистецтво, медіа, бізнес-структури, навчальні заклади, громадські заходи, маркетинг, психологія. Event-індустрія є частиною соціокультурної діяльності. Британський науковець Г. Боудін провідний спеціаліст з івент-планування ( UK Centre for Events Management, Leeds Metropolitan University) вважає івент частиною проектно-наближеною індустрією [16, с. 4-5].

Event працює з генеруванням ідей, плануванням, організацією, проведенням заходів пов'язаними з різними галузями в складі команди які працюють як над створенням проєкту. Сама event-4 виділяє свої види івентів:

1. Обсяг проведення. Розробка планів, дослідження ідеї, маркетингові і фінансові стратегії, дедлайн, інтервал організації (від початкових до кінцевих дій).

2. Квінтесенція. Ідея проєкту, послідовність реалізації, значимість, процеси, проведення події.

Організація соціокультурного проєкту вимагає вивчати суспільні проблеми, формувати ідеї, розуміти цільову аудиторію і систему проєктування, планування, проведення заходів та співпраця з усіма професійними галузями. Успішність реалізації проєкту залежить не лише від цих компонентів, потрібно вкласти максимум ресурсів працювати над кожною частиною проєкту. Працювати над проєктами потрібно з командою, для цього слід врахувати обов'язкові умови створення команди, пошуку людей, побудови управлінської системи, формування традицій, виконувати цілі. Людський ресурс в сучасному світі недооцінюється, потребу в найпростіших речах не виконає штучний інтелект, цілісна команда може реалізувати проєкт в соціокультурній діяльності різного масштабу.

## **1.2. Особливості залучення соціального капіталу на різних етапах життєвого циклу event-команди**

Підвищення професійного рівня, оновлення громадських зв'язків, об'єднання інтересів культурних, соціальних, економічних ресурсів добробут людей входить до поняття «соціальний капітал». За дослідженнями Фр. Фукуями: «Соціальний капітал потрібен як будь-який розквіт і можливості бути

конкурентноспроможними, враховуючи наслідки, які не залишають відбитків в економіці і створюють зміни серед соціального та політичного середовища» [21].

«Соціальний» та «капітал» розбиваючи на категорії можна визначити:

- «соціальний»-поєднуючи ресурси які є в житті людини, спілкування, відносини, погляди, ситуації між людьми;
- «капітал»-процес який накопичує ресурс і формує зростання різноманітних соціальних форм.

В сучасній соціалізації є класичні та інноваційні інструменти, які використовуються для особистого розвитку і допомагають економічно включати зростання громадського ресурсу. Соціальний капітал містить в собі розвиток індивідуальності, взаємодопомоги, формування відносин між людьми, об'єднання соціальної думки для розвитку інших або її поширення, формування нових членств (груп). Соціальний капітал будує мережу комунікаційних зв'язків, соціальних відносин, економічного залучення, культурного розвитку. Невід'ємним елементом успішної взаємодії ресурсів соціального капіталу і втіленням у реальність, будується на людині. Людина визначена головною сутністю соціального капіталу [21].

Деякі вчені вважають, що «Загальний вид соціального капіталу можна побачити з об'єднаних товариств, в яких індивіди можуть показати сильні сторони та використати їх працюючи на досягнення результату, або згуртувати до командних дій». Людський капітал від соціального відрізняється наступним:

- людський капітал залежить від розвитку індивіда та його характеристик, ознак (підвищується продуктивність, мотивація, знання, уміння, формування досвіду, і зворотня сторона штрафи, депресія, відсутність розвитку);
- соціальний капітал формування команд, взаємодія з іншими людьми (співпраця, зв'язки між людьми, розвиток з довірою від людей, доступ до нових модливостей, збільшення заробітної плати, загальні правила, ініціатива інших)

Соціальному капіталу притаманий вплив на проектування соціокультурних заходів протягом всього циклу проекту. Цикл проектування розпочинається з моменту приходу ідеї і початкових дій. *Етапи проекту*- побудовані дії, які дають результат. Однак, не всі проекти можуть доходити до завершення, в кожного підприємця або автора є власні причини які можуть зупинити процес на етапі дослідження або виходу на ринок. Переважно у всіх проектах є базові етапи, стикатися з ними можуть всі але не всі можуть їх проходити. П'ять етапів:

- формування ідеї;
- планування;
- підготовка проекту;
- впровадження ідеї;
- закінчення проекту [17, с. 37].

*Формування ідеї проекту.* Головним героєм цього етапу виступає автор який пропонує ідею. На цьому етапі автору важливо дослідити актуальність і потребу задуму для мешканців, визначити дані аспекти можна за допомогою думки провідних лідерів місцевості де планується реалізація проекту, опитування мешканців через соціальні мережі або розташуванням QR-кодів серед улюблених закладів жителів міста, визначити проблематику і болі цільової аудиторії, проаналізувати соціально-культурні місцеві заклади (школи мистецтва, молодіжні центри, громадські організації).

До вподобань аудиторії входять сайти, в яких стисло але обґрунтовано описана ідея проекту, його терміни а також можливість місцевим долучитися завдяки реєстрації, або для можливості залишити думки, побажання, конкретизувати проблему та мету, визначитися з підходами в реалізації майбутнього проекту, продумати ризики.

Ініціатори або керівники проекту, мають глибоко вивчати сенс обраної теми для проекту, визначити свою продуктивність і можливість розвитку

команди. Керівник ініціатор має врахувати: аналіз населення (вікова категорія, стать, уподобання, національність, статус громадянства тощо); місце (місце проживання, місця для розвитку, умови клімату, транспортне забезпечення); соціальні або культурні особливості; інфраструктурні конкуренти; фахові конкуренти. З отриманої інформації, визначитися з метою та подальшим підходом до проєкту буде простіше.

*Планування й підготовка до проєкту.* Для планування потрібно визначати способи, методи, проєктувальної діяльності; вивчати фінансові і фізичні ресурси; визначитися із завданнями для кадрових форм, розробити завдання для проєкту; створити план проєкту, визначитися з ролями в команді. В плануванні використовуються різні системи планування (діаграма Ганте, календарний план, таблиця, малюнком картинами).

Перед тим як почати визначати чітку послідовність дій для реалізації задуму і здійснення плану, потрібно визначитись, що саме потрібно внести до плану, для цього необхідно з командою влаштувати мозковий штурм і виписати всі можливі завдання у заведено спеціальний блокнот, після цього визначати терміновість, значимість, час виконання всіх завдань та упорядкувати їх послідовність на період який необхідний для виконання всіх завдань. В плануванні важливим є конкретність та визначеність, не зважаючи на поштовхи з боку ризиків, гарантовано розпланований графік буде виконано, але слід врахувати можливі часові проміжки із запасом для того щоб кризові і неприємні ситуації перенести на інший час. Чим краще буде структурована інформація і змодульований план, тим вища вірогідність успішного прояву професійної реалізації команди, і виконання задач проєкту.

*Впровадження ідеї проєкту.* В основу входять усі завдання які формувалися при етапі планування. Роль керівника контролювати, коригувати, моніторити, оцінювати та аналізувати дії які роблять фахівці. Процеси і



концепція мають отримати поточний результат, команда може розпочати аналіз діяльності та внести зміни на первинних термінах проєкту.

*Закінчення проєкту.* Повне припинення існування проєкту або часткова його зупинка. Успішність соціокультурного проєкту визначається завдяки кількості залучених партнерів, ресурсів, скільки часу, що зроблено. Важливо проаналізувати успішність проєкту, в сучасному світі інформаційні технології краще залучати на цьому етапі, так керівник та команда можуть сприйняти ситуацію, збільшивши сферу соціокультурної діяльності новими проєктами або відновити, вдосконалити, поширити реалізовані проєкти і збільшити соціальний капітал.

Життєвий цикл тісно пов'язаний з перерахованими етапами, але послідовність та кількість в результаті може змінюватися. Фактори які впливають на зміни залежать від кількості замовлень заходів, ситуація зовнішнього соціального впливу, креативність команди, розширення можливостей залучення та співпраці.

Створена event-команда на своєму шляху має 8 пройдених етапів: поява ідеї, фаза розробки, впровадження ідеї, перший етап зростання, пристосування, насичення, спад, модернізація. Життєвий цикл може зупинитися на фазі спаду, але робота в команді не вимагає великих ресурсів для того, щоб відновитися, тому можлива модернізація допомагає перезапустити команду впровадивши нові підходи для організації та проведення заходів із залученням соціального капіталу.

На кожному етапі життєвого циклу, стратегія роботи, місце проведення подій, кількість учасників команди змінюється. Для довготривалої event-команди варто будувати стратегію на кількість проведених заходів у місяць, можливі співпраці та робота з благодійними організаціями, рекламні поширення.

Для того, щоб зібрати команду, необхідно визначитися з ідеєю проєкту або заходу який команда буде реалізовувати.

«Фаза розробки», включає в себе визначення стратегії залучення соціальних ресурсів, пошук людей в команду, знайомство.

Над «впровадженням ідеї», варто вибудувати систему планування заходів, розподіл ролей, оновити комунікаційні зв'язки, визначити організаційний план.

На «першому етапі зростання», відбувається проведення першого соціокультурного заходу, виконання всіх завдань.

«Пристосування», вимагає від команди ознайомлення з системою організації, місцем проведення, спільними колегами, покращеної системи організації заходу (написання сценаріїв, використання сучасних технологій, поновлення реквізитів).

«Насичення», дає команді змогу відчувати важке навантаження, виділяти багато часу на підготовку, співпрацювати з новими партнерами чи командами.

«Спад», цей етап дозволяє команді відпочити від важкого графіку, заходи в цей період не зазначаються проведення заходів, учасники команди можуть удосконалити свої навички приймаючи участь в інших проєктах, командах.

«Модернізація», аналіз сильних слабких сторін, вивчення конкурентів, підтримка інноваційної культури, залучення нових ініціатив, мотивація команди, відстеження результатів нового впровадження для команди. В модернізацію після спаду слід вкласти не мало часу і приділити достатньо уваги, стоїть не малий шлях роботи з командою, якщо першочергові етапи життєвого циклу були спрямовані для реалізації ідеї, етап модернізації змінює функціонування команди (нові традиції, можливості, досвід тощо).

Після модернізації, наступним етапом буде «впровадження», адже під час модернізації знаходилися нові ініціативи, формувалися нові ідеї які потрібно впроваджувати, щоб досягти нового « другого етапу зростання» (рис.1.6).

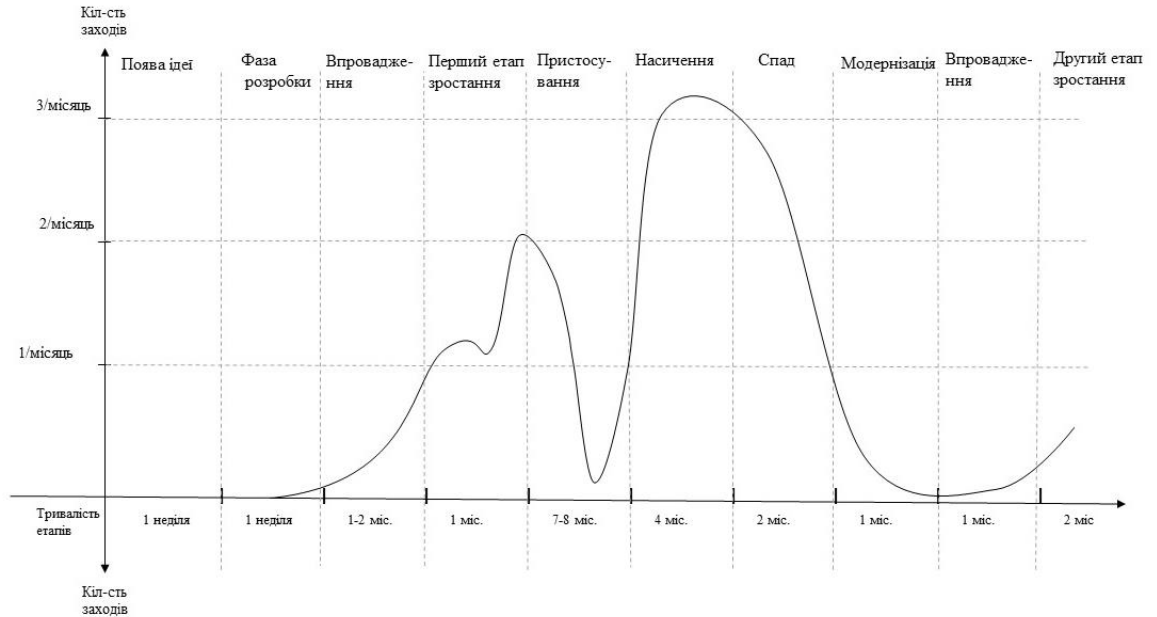


Рисунок 1.6 – Життєвий цикл event-команди (авторська розробка)

Специфіка соціального капіталу в соціокультурних проєктах та event-команд означає вміння комбінувати творчість з соціальними ресурсами та проблемами. Для проведення заходу потрібно цілісно залучити ресурси виконавши мету, завдання, використовуючи шляхи для гнучкості і швидкості проєкту. Соціальний капітал допомагає зберігати культурну спадщину, удосконалювати: економічну, соціальну, технічну, організаційну, частину проєктування заходу в соціокультурній діяльності шляхом створеної event-команди.

Життєвий цикл містить різну кількість етапів в залежності від довготривалості проєкту, успішності команди, універсального та інноваційного удосконалення підходів в ситуації проєктувальної структури. Гойдалки в діяльності команди за весь час роботи не спричиняють критичної ситуації для подальшої роботи. Для подальших результатів, виявити ефективні методи і перейти до їх вдосконалення, що вплине на розвиток учасників команди, учасників заходів, підвищить місцевий рейтинг івент заходів різних форм.

### 1.3 Аналіз сильних та слабких сторін, а також можливостей і загроз event-команди як інструмента реалізації соціокультурних проєктів. Світовий досвід використання event-команд в соціокультурній діяльності.

В умовах мінливого середовища проєкту, необхідно розуміти переваги та недоліки event-команд як інструмент реалізації соціокультурних проєктів. Інструментом, який доволі широко використовується для аналізу поточної ситуації в менеджменті, проєктної діяльності тощо, є SWOT-аналіз.

Аналіз дає змогу проаналізувати S-сильні сторони, W-слабкі сторони, O-можливості, T-загрози в легкій і зручній формі роботи, створивши таблицю в яку можна описати зі всіх сторін реалізацію проєкту, визначити актуальність ідеї на ринку, проаналізувати роботу команди (рис. 1.7).

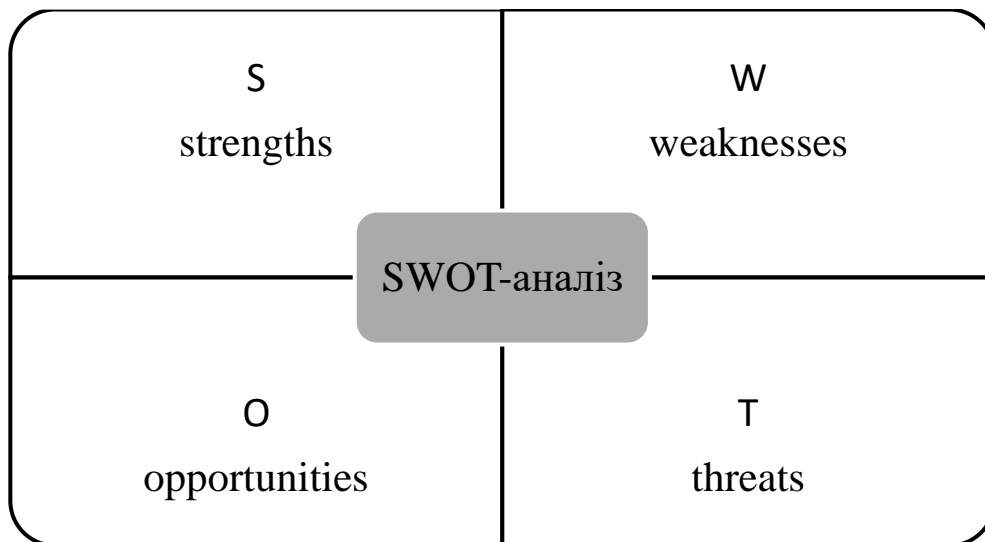


Рисунок 1.7 – Схема SWOT-аналізу

Робота з SWOT-аналізом зрозуміла для початківців. Завдяки використанню такого аналізу можна знайти стратегію для розвитку. Основними завданнями SWOT-аналізу, є:

- визначення проєктних можливостей для відновлення ресурсів команди;
- вивчення загроз (з боку проєкту, партнерів, конкурентів) і розробка методу ліквідації впливу загроз;
- характеристика сильних сторін команди;
- аспект слабких сторін команди під час підготовки заходу, формування ідеї, мінімальна активність аудиторії;
- визначитись з конкуренто-спроможними діями.

При аналізі недостатньо дослідити конкурентів, врахувати потреби команди або аудиторії, зважати потрібно на довго-тривалість діяльності команди і впливу проєкту, комплексний підхід подальшого розвитку, всебічно оцінити результати event-команди на початку проєкту на в кінці, ефективність залучення соціального капіталу. Застосування SWOT-аналізу крім того, що дозволяє дістатися до інноваційних факторів, позиціонування, в результаті опрацьовує великі проєкти, пропонує нові управлінські рішення, упорядкувати інформації із зовнішнього та внутрішнього середовища.

Вплив SWOT-аналізу на event-команду, не лише спиратися на минулі проведені результати, використання інструменту у вигляді аналізу слід практикувати при можливих підозрах демотивації, зростання тиску, появи труднощів, для визначення застарілих методів роботи.

Керівник команди, опрацьовуючи ідею соціокультурного проєкту з досвіду має брати до особливої уваги ризику, в них можна проаналізувати сильні або слабкі сторони які потрібно розглянути та прийняти рішення в напрямку який потребує розвитку, опрацьовати і провести повторний моніторинг використовуючи систему SWOT-аналізу. Приклад сильних, слабких сторін, можливостей та загроз соціокультурного проєкту які можуть виникати створеною командою (таблиця. 1.1).

Таблиця 1.1

SWOT-аналіз event-команди як інструмент реалізації проєкту (авторська розробка)

<p><b>Сильні сторони</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- event-команда може організовувати креативні з новими підходами заходи;</li> <li>- команда має фахівців різного складу, що є перевагою серед команд організацій;</li> <li>- зазвичай команда підлаштовує проведення заходу під себе, що зважає на гнучкість графіку.</li> </ul>	<p><b>Слабкі сторони</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- підготовка до проєкту потребує фінансового і матеріального ресурсу від членів команди;</li> <li>- ідея замовника впливає на креативні мотиви обмежуючи в цьому розвиток команди;</li> <li>- є умови від яких залежить переривання проведення заходу.</li> </ul>
<p><b>Можливості</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- участь або співпраця з досвідченими фахівцями;</li> <li>- використовувати сучасні технології для презентації, тенденції ринку;</li> <li>- індивідуальний практичний розвиток.</li> </ul>	<p><b>Загрози</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- кількість проєктів залежить від активності команди;</li> <li>- конкурентні команди переманюють цільову аудиторію;</li> <li>- поширення проєкту в ЗМІ з негативної точки зору.</li> </ul>

Робота над аналізом з командою, може відбуватися таким чином:

- опрацьовувати матеріал на протязі різного проміжку часу;
- в командному колі та індивідуальною бесідою;
- з допомогою опитування членів команди і онлайн ресурсів;
- аналізувати з допомогою інтерактивних практичних методів.

Потенціал команди в організації соціокультурних проєктів відобразиться на етапі «можливості». Можливості які вбачають члени команди, формують бачення розвитку в напрямках організації та проведення проєктів, що збільшує бачення всього процесу та дає змогу покращити систему організації проєктів. Формування event-команди серед ринку конкурентів безсумнівно урізноманітнює інформацію, необхідну для реалізації соціокультурного проєкту та його вдосконалення, що робить команду конкуренто-спроможною.

Європейські програми, за головну мету покладають визначення соціальних потреб, комфорту або безпеки, психологічної підтримки аудиторії, згідно цих запитів, організатори проводять аналіз та дослідження місцевості в географічному просторі їх проживання. Фінансування спрямовується на довготривалі проєкти, спрямовані на розвиток суспільства.

Event-команди в європейському розвитку не відокремлюються від кадрового штату співробітників які спільно працюють над проєктами. Підприємці event-індустрії не досягають і не спрямовують особисті ресурси на досягнення швидкого результату, організації творчого процесу, біль за все цінність покладається в системну роботу яка року в рік не змінюється.

Над креативністю ідей, написання тексту, поширення реклами, спілкування з клієнтами, створення креативних макетів, форматування відео, ведення соціальних мереж є підпорядкована особа, але таких людей в команді може бути більше шести осіб, відповідальність за успішність кожного члена команди закріплений один керівник. Система яка опрацьована роками та закріплена серед ринку, до практичної дії приймає нові тенденції закордонних партнерів, іншого територіального розташування (району, міста), та впроваджують у власні проєкти (рис. 1.9).

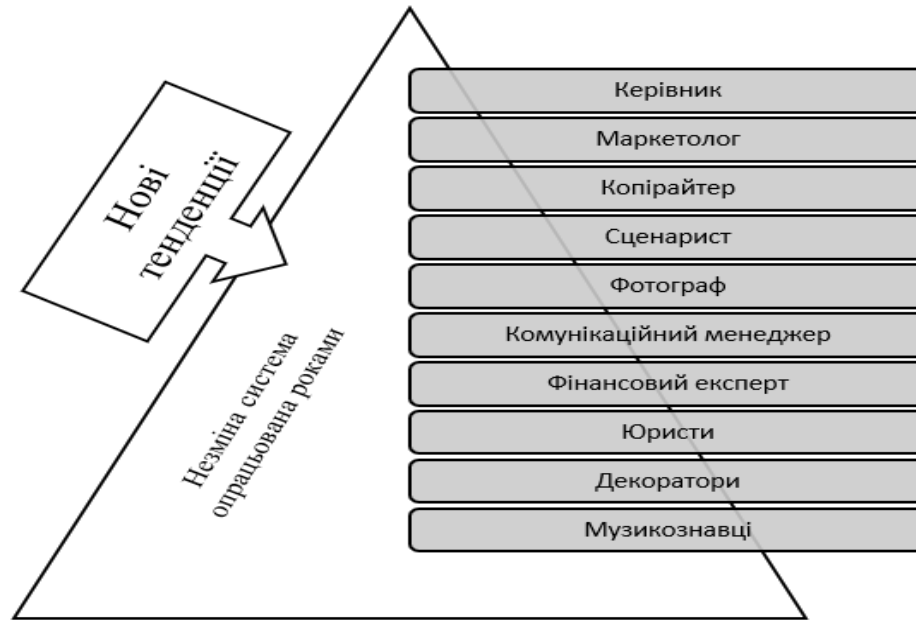


Рисунок 1.9 – Система роботи event-команд на європейському ринку (авторська розробка)

В event-командах сучасного управління українського ринку, задіяна інша форма роботи. Керівник переважно один, але кількість учасників зменшена в половину і прояв творчих, комунікаційних, соціальних, інтелектуально-креативних здібностей дозволяється проявляти вільно, застосовуючи вільно свій досвід на практиці або обмінюватися досвідом з колегами. Світові тенденції, українські експерти сприймають із запізненням та доводять до концепції модель якої, не схожа на продукт, який подається під запропонованим продуктом (рис. 1.10).

Зменшена кількість осіб в команді впливає на ефективність, продуктивність, швидкість реалізації соціокультурного проекту. Система обміну інформацією, досвідом об'єктивно рятує ситуацію, і справді допомагає командам осилити обсяг робіт покладений на період всього життєвого циклу проекту.



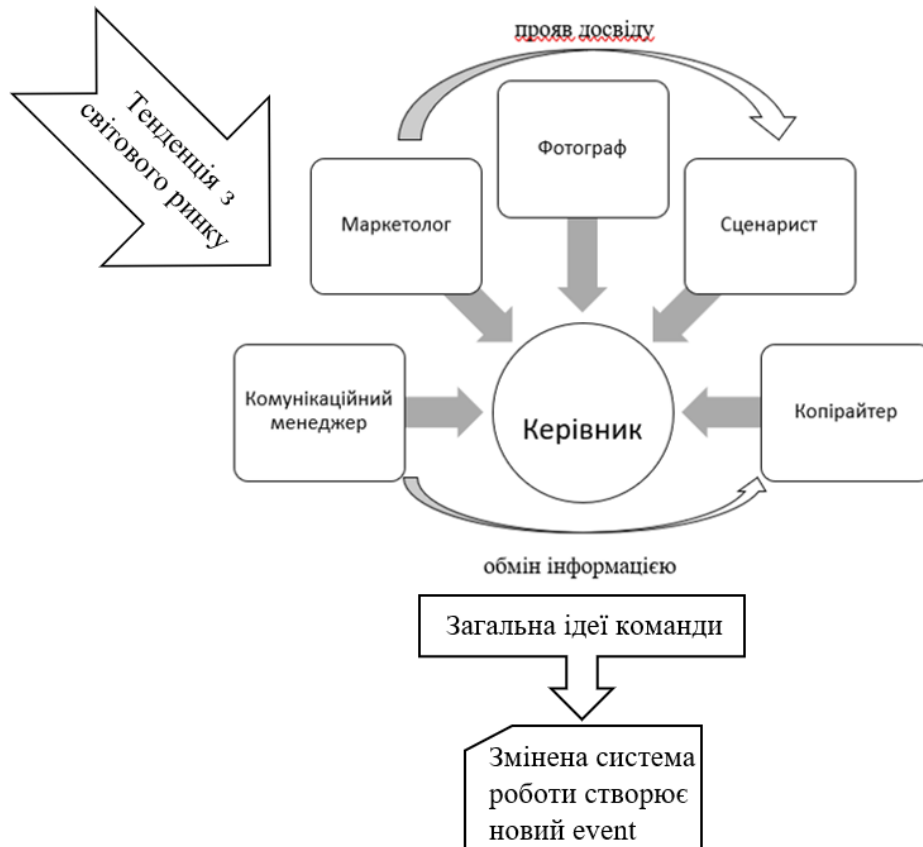


Рисунок 1.10 – Форма роботи event-команд на українському ринку (авторська розробка)

Реалізація проєктів соціокультурної діяльності українських та європейських event-команд, відрізняється:

- фазами підготовки (дослідження, ідея, закупівля товару, написання сценарію);
- методами організаціями (зустрічі онлайн, контроль, планування);
- безпекою (укриття, онлайн, бізнес-центр) тощо.

Досвід організації та проведення соціокультурних проєктів, можна визначити, провівши аналіз сильних, слабких сторін, можливостей та загроз (рис.1. 11).

Кожна команда здобуває на шляху свій досвід, event-команди з кожним роком удосконалюють свій досвід, навички, партнерства, організовано працюють над створенням нової культури серед індустрії свята, традицій.

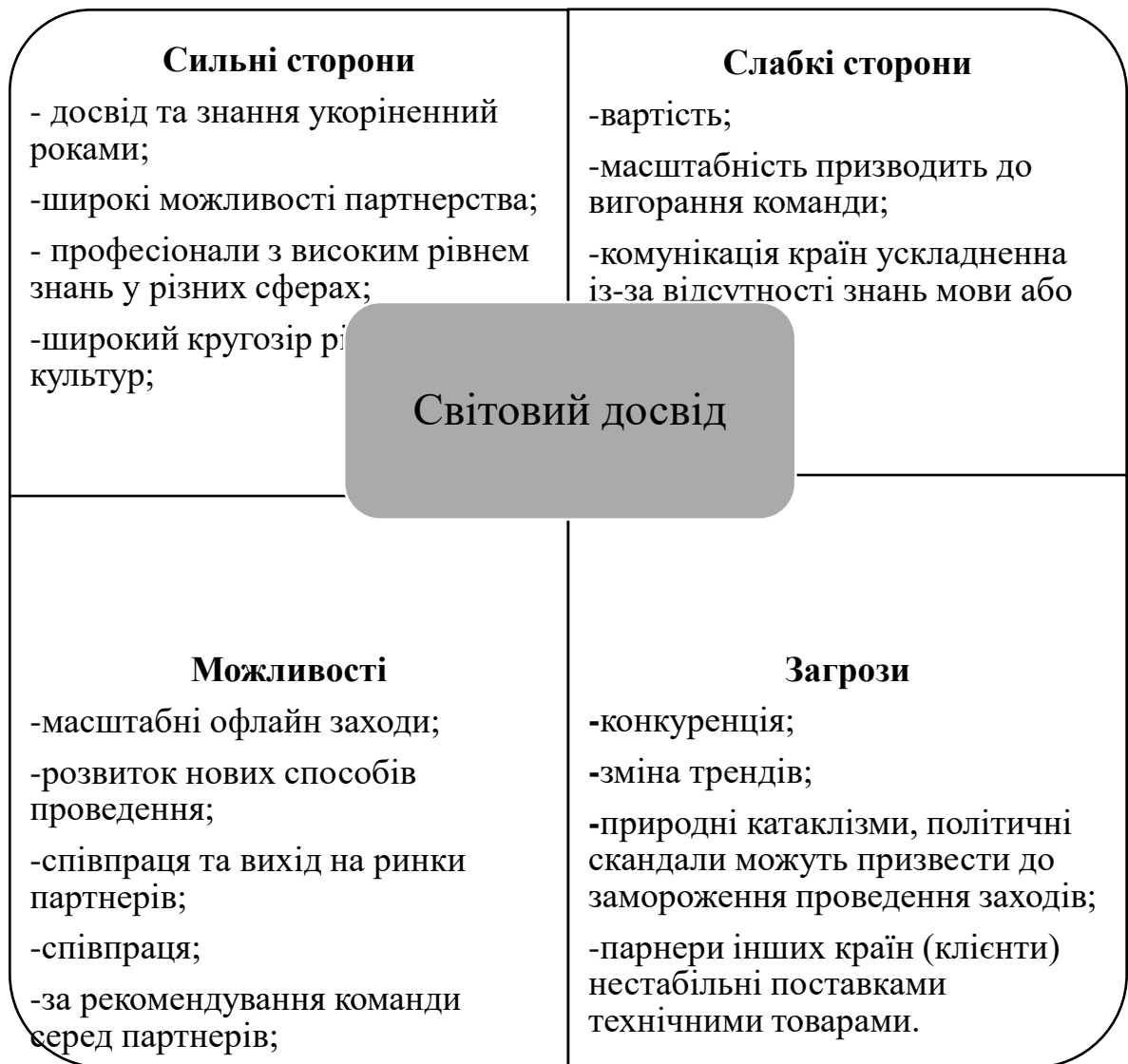


Рисунок 1.11 – SWOT-аналіз світового досвіду event-команд (авторська розробка)

SWOT-аналіз проводиться для визначення суб'єктивності команди, визначення позиції, оцінити роботу з різних сторін, формулювання бачення

чітких можливостей для розвитку команди. Краща ефективність даного аналізу передбачається з використанням інших методів дослідження (опитування).

Визначення тезисів які будуть входити до таблиці SWOT-аналізу, потрібно проводити разом з командою виконуючи мозковий штурм або пропису думок, щоб не залишити непоміченим важливі аспекти. Окрім того, серед можливостей є клієнти, співпраця з ними допоможе отримати матеріал, який відрізнятиме команду серед конкурентів та буде формувати сильно сторони.

Досвід світових event-команд, свідчить про широкі можливості розвитку індустрії але систематизовану форму роботи яка не притаманна для нашої місцевості.

Отже, створення event-команд є дієвим способом для організації та проведення соціокультурних проєктів, впроваджуючи кращі методи світового ринку. В сучасних умовах реалізації заходів проходить не легко, але створення команди та розробка проєкту можлива з базовими навичками і аналізом роботи команди та заходів соціокультурної діяльності.

## Висновки до розділу 1

Проекти соціокультурної діяльності спрямовані на розвиток людського відчуття, збереження культури, формування нових традицій. Проведення соціокультурних проєктів містить в собі багато практичних підходів, наприклад: мати команду, шукати партнерів, залучати додаткові кошти, генерувати ідею, шукати місце для проведення проєкту, вирішувати ризики, спілкуватися з клієнтами.

Щоб реалізувати проєкт потрібно поетапно виконувати дії, які призведуть до успішного наслідку. Виконавцями будь-якого проєкту стає в сучасному трактуванні event-команда, яка займається соціокультурними проєктами, працює з різними напрямками професійної галузі. Для того, щоб зібрати команду слід визначитися з необхідною кількістю людей, портретом необхідного кандидата, спланувати способи пошуку. Зібрати команду приходиться не легкими шляхами, це займає не мало часу.

Зібрана команда, працює над проєктами і стикається з характерами проєктувальної діяльності, особливостями планування, етапами організації, ризиками успішної реалізації. Життєвий цикл функціонально переслідує соціокультурну діяльність від пошуку людей в команду до повного завершення проєкту і аналіз пройденої роботи. Розвиток event-команди бере початок успіху не на перших стадіях, але важливо зрозуміти, що циклічність кожної команди різна, прибуток або маркетингові запуски ідеї можуть раніше призвести до розвитку. Соціальний капітал присутній на всіх етапах життєвого циклу, команда працює з розвитком соціального капіталу культурного напрямку.

Результати використання соціального капіталу, проведених проєктів, вирішення конфліктів, ефективність навичок команди, допоможе визначити поширений SWOT-аналіз. Використовувати його з іншими методами призводить до більш ефективного визначення необхідних елементів для роботи з командою.

## **РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНІ ПІДХОДИ ДО РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ПІДХОДІВ ШЛЯХОМ СТВОРЕННЯ EVENT-КОМАНДИ**

### **2.1 Стратегічне значення досвіду, організованих соціокультурних проєктів event-команди**

Команда як цілісний компонент до будь-якого проєкту повинна мати навички, знання, які серед інших команд зможуть розвивати та давати змогу команді ставати сильнішими, або розвивати креативність. Інакше кажучи, нариси які накопичуються протягом деякого часу, називають-досвід.

Попередній набутий досвід команди, відповідає тим вимогам, завдяки появі нових завдань. При появі нових команд, в їх діяльності немає чіткого бачення можливостей для досягнення успіху, тому більшість як і у випадку «Event-команди «UniRase» (в подальшому буде згадуватися як event-команда/команда) актуальним рішенням є сфокусувати увагу на організації проєктів для отримання досвіду.

Досвід команди базується на вже пройденому шляху, який можна переглянути завдяки життєвому циклу. Під час розгляду життєвого циклу слід вирахувати кількість проведених проєктів та визначити їх успішну реалізацію, проаналізувати масштаби, вид нової організаційної роботи яку виконували учасники команди протягом підготовки проєкту, як впливає конкретний проєкт на подальшу діяльність команди або оцінити успіх проведених соціокультурних проєктів завдяки опитування event-команди. В ситуації, коли слід визначити детальний шлях отриманого досвіду варто обрати метод завдяки якому менеджер зможе розглянути характеристику команди з існуючих типів досвіду:

- досвід на отримання професійних навичок;

- досвід удосконалення умінь професійної діяльності;
- досвід вирішення проблемних ситуацій та вчитися усувати ризики, набути стресостійкість;
- досвід власного розвитку, формуванні цінностей.

Етапи з яких розпочинається будь-яка робота в проєкті, частіше за все переростає у процеси в зв'язку з чим, вимальовується діяльність команди при цьому кожен учасник команди під час освоєння нових етапів отримує знання, розвиток, практичні здобутки які опрацьовує в процесі та отримує результат (рис. 2.1).

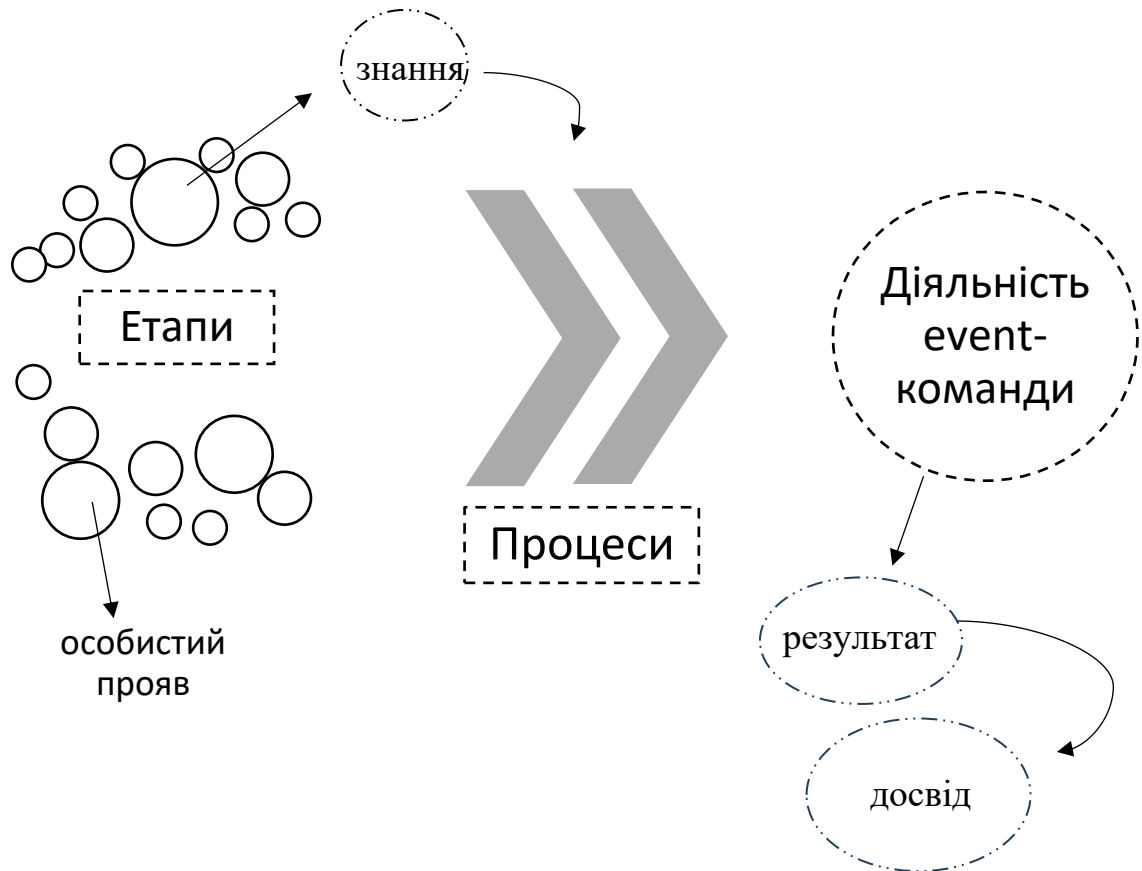


Рисунок 2.1 – Процес формування досвіду (авторська розробка)

Учасникам команд, які розпочинають свій шлях в галузі event, варто відразу визначитися який тип досвіду вони обирають, які процеси важливі для подальшої діяльності, а також на яких етапах в організації соціокультурних проєктів-це допоможе фокусувати увагу та ставати спритним фахівцем своєї справи.

Коли учасник команди, розуміє за ради чого він витрачає час, що йому необхідно зараз, та на скільки він (вона) відкритий до спілкування з менеджером для чіткого визначення своєї цілі, учасник швидше досягає успіху. Слід підкреслити, що бути учасником event команди це важливий крок до розвитку власної творчості, соціального поширення, оригінальності, ідеалізму, комунікабельності. Все сказано означає, чим зрозуміліша мета та ініціатива, тим краще буде працювати учасник команди, а менеджер зможе направити порадою чи новою можливістю доєднатися до нового проєкту.

Досвід учасника команди є підґрунтям з якої з'являється майстерність. Додати до цього, демонструємо прикладом: виконуючи конкретну вправу під час тренування, пробуджуються нейроні зв'язки та прискорюється кровообіг, відбувається концентрація, змінюється рух силою думки тощо. В моменті тренування відбувається вже опрацьована часом раніше дія, виконуваний тепер рух розвивається і вдосконалюється за допомогою досвіду, тобто раніше вивченої дії.

Поряд з тим, в організації соціокультурного проєкту дія для досвіду відіграє подібну систему. До реалізації першого проєкту, коли в команди не існує загального визначеного досвіду як командного, в історію входять теоретичні знання, які допомагають створити позитивний результат. Особливо добре впливає досвід у практично створених та реалізованих проєктів, будь-кого з команди. Перевагою розглядається досвід менеджера, тому що більша відповідальність покладається за результат саме на ньому.

Якщо досвід менеджера дозволяє вирішувати актуальні завдання, варто визнати, що реалізація проєкту відбудеться за будь-яких умов. У випадку, коли досвід покладається на менеджера, в подальшу діяльність команди, слід додати навчання, або можливості додаткового залучення. Розвивати знання в event-команді варто для більш високого потенціалу учасника команди, та удосконалення його навичок.

Найбільш важливим є результат досвіду, іншими словами, коли досвід змінює теорію або практику, щоб модернізувати методи, які використовується під конкретні задачі. Тенденції, тренди, соціально-мережеві віруси розвиваються стрімко, в такому випадку нові методи не стануть на заваді поліпшення діяльності команди.

Досвід бути учасником команди «UniRase» дає змогу досягати життєвого успіху, що в роки війни дається складно і здається не можливим. Event-команда маленьким кроком дає компетентність учаснику та життєздатність отримувати необхідний ресурс людям, для яких участь в ролі глядача, слухача має великий сенс. Найбільш важливим, є ресурс учасника команди та такими якостями:

- мати в житті ціль;
- брати відповідальність за ситуацію, за себе;
- мислити розсудливо до ситуації;
- генерувати ідеї;
- проявляти щирість;
- бути комунікабельним;
- не боятися змін, помилок, працювати над собою;
- вивчати конкурентів;
- аналізувати свій розвиток;
- дотримуватися обіцянок;
- пристосовуватися до непередбачуваних викликів;



- працювати з різним темпераментом людей;
- мати свою думку і поважати думку інших;
- бути зосередженим;
- вдосконалювати постійно професійні навички.

Головна мета в діяльності команди, не працювати з системою соціокультурних проєктів започаткованих в державних структурах, а створити свій імідж, систему організації, віднайти методи з якими команда буде працювати на постійній основі, розділити обов'язки за вже наявними, іншими словами працювати в системі в якій буде зручно усім учасникам event-команди [5].

Щоб здобути перший практичний досвід, event-команда віднеслась з шаленим поривом і активністю, щоб реалізувати важливий захід. Цінність соціокультурного заходу полягає в гарній програмі. Скласти програму не вдавалось з першого разу, з необхідністю проводилась не одна складна зустріч, ідеї пропонувались різні і лише по кінцю відібрали декілька за спільною думкою креативних задумів. Задум впливає на креативність та вказує на широкі погляди і різні підходи.

В хід розвитку прийшов креативний менеджмент, який розвиває два головні напрямки:

1. Освіченість команди (учасники команди мають вже навички які за допомогою заходів, розвивають себе та товариша).
2. Вдосконалення ідей (використовувати нову інформацію яка допоможе вдосконалювати попередні ідеї і реалізовувати проєкт якісніше попереднього досвіду) (рис. 2.2).

- Переважно вся відповідальність покладається на менеджера наприклад: ставить цілі, прописує графік на виконання завдань, спілкується з підрядниками, корегує сценарний план, знаходить людей для співпраці, вирішує активні питання, ризики, закриває питання пошуку матеріальної та технічних

потреб. Керівництво вищого рівня займається підготовкою умов для команди, наприклад: знаходять необхідні матеріали чи сплачують, домовляються за місце проведення, зустрічаються з партнерами і керівництвом інших відділів, проводять навчання.

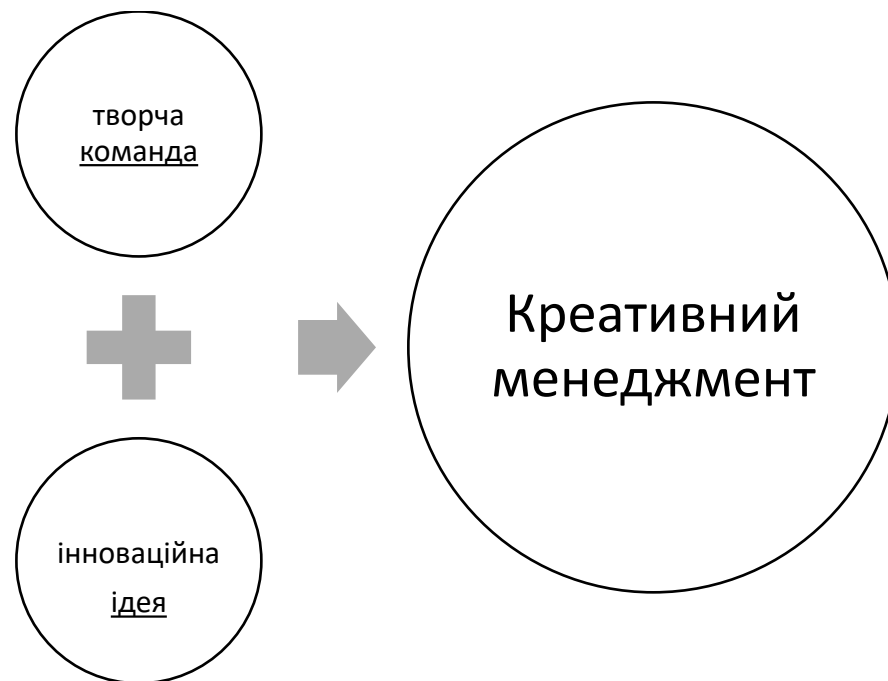


Рисунок 2.2 – Формування креативного менеджменту в діяльності event-команди для реалізації соціокультурних проєктів (авторська розробка)

Після структурування програми, важливим є організувати реалізацію задуму який внесений в програму. З практичної точки зору першочергово виступає комунікація, потрібно домовлятися з керівництвом, вирішувати питання серед команди. Комунікація, в будь-якій сфері має шалене значення для розвитку професійної діяльності, здобути досвід серед однодумців та справжніх фахівців принесе успіх у майбутніх починаннях та ставати сильнішим в ораторському напрямку.

Організаційний етап соціокультурного проєкту, чи не найдовший етап, але при всіх умовах, отримати досвід завдяки перебігу подій, можна вільно отримати навички, мудрість, вправність тощо. Саме для організації першого та наступних заходів, команда приходила більше до вирішення і використання методів до яких потрібно підлаштовуватися в моменті і за необхідності. Структура організації проєктів проводилась на засадах узагальнених організаційних обставин, ресурсів.

Поєднувати формальне та інноваційне, найбільш поширено піддається суперечливому характеру та важкому сприйняттю. Поряд з тим, правильний підхід підстрахує, буде сприяти розвитку задуму, програми, системи, поєднуючи стратегічну ціль з функціонально-структурованим підходом досягнути результату (рис. 2.3).

Функціонально-стратегічний підхід в сформованому досвіді команди передбачає взаємодію ідеї, плану реалізації та організаційної частини соціокультурного проєкту. Цей підхід проводить аналіз цілі проєкту від задуму до його реалізації, що включає в себе:

- визначення змісту заходу;
- розподіл обов'язків які впливають на завдання;
- управління процесом;
- визначення остаточної програми;
- внесення корективів;
- моніторинг ситуації;
- управління підрозділом;
- створення моделі функцій команди;
- формування безпеки.

База завдань з якими стикається команда спрямовується на конкретну конструкцію. Комплекс обов'язків утворює конструкцію функцій, що спирається на великій кількості обов'язків команди. Кінцевий результат конструкції, а саме

соціокультурного проєкту, це початковий задум з якого розпочалась робота. На протязі всього процесу важливо не забувати за для чого команда працює.



Рисунок 2.3 – Конструкція функцій організації event-командою соціокультурного проєкту (авторська розробка)

Дана формула допомогла використовувати творчий підхід і систематизувати внутрішній організаційний процес в команді. Конструкція функцій організації соціокультурного проєкту допомогла event-команді організувати більше 10 успішних соціокультурних проєктів.

За два роки існування event-команди, було організовано заходи для студентів, місцевих жителів м. Суми, викладачів університету. Перелік видів заходів, детальний опис досвіду організованих соціокультурних проєктів зображено в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Досвід організованих соціокультурних проєктів (авторська розробка)

№	Вид	Аудиторі я	Кількіст ь	В якості кого?
1	Дозвілля	Студенти СумДУ Викладачі СумДУ	4	Організато р
2	Анімація	Місцеві жителі (діти)	2	Волонтер
3	Масові концерти	Місцеві жителі	1	Волонтер
4	Масові фестивалі	Місцеві жителі	1	Організато р
5	Промоакції	Місцеві жителі	1	Організато р
6	Інавгурації	СумДУ	1	Організато р
7	Профорієнтаці я	Місцеві жителі (школа)	1	Організато р
8	Освітні заходи	Місцеві жителі (коледж) Студенти СумДУ	1	Організато р

Сформована стратегія, опрацьовані функції допомагають кожного разу команді вдосконалюватися, з винаходом нових підходів акцент на успіху команди підвищується та впливає на результат.

Під час роботи команди за весь час, процес вимагає будувати стратегію в кожному напрямку діяльності. Команда працює за своїми умовами управління, в межах своєї компетентності, з чутливим характером до зовнішнього середовища, але задовільняються потреби учасників команди та аудиторії. Створюється враження наче конструкція команди не здатна функціонувати, але з допомогою ресурсів учасників команди, творчості, ідеї та вищезазначених підходів, у команди є змога рухатися вперед.

## **2.2 Характеристика використаних практичних підходів під час проведення соціокультурного проєкту**

Використання нових підходів в застосуванні до існуючого досвіду дає максимально ефективні умови команді у роботі з соціокультурними проєктами. Існуючі конструкції потрібно вдосконалювати, для цього варто зрозуміти ціль, та винайти нові підходи. Event-команда працює як єдиний злагоджений механізм, але розвиток присутній у вдосконаленні соціокультурних проєктів, за важкою працею над організацією подій, зовсім не до особистого розвитку і особливої уваги на цей період.

Для того, щоб віднайти нові підходи, потрібно проробити алгоритм визначення проблеми:

1. Проаналізувати внутрішню діяльність команди за допомогою стейкхолдера (проговорити з командою, чого не вистачає для особистого розвитку, які нові ролі кожен хоче спробувати, чи влаштовує процес підготовки проєкту).

Розглянемо на практичному прикладі, як відбувався аналіз в команді. В сучасному світі завдяки онлайн, будь-яким шляхом використати інструменти для проведення аналізу. Онлайн платформи для опитування втрачають свою актуальність, але опитування було використане для визначення дати та часу, щоб провести онлайн зустріч у відкритому спілкуванні. Зустріч варто проводити з досвідченою людиною, яка має якості тренера та вміє знаходити ключові проблеми.

Команда працює спільно з стейкхолдером, для атмосферної зустрічі менеджер має підготувати презентацію з базовими запитаннями які мають розглянути, сам процес спілкування веде стейкхолдер. Основна роль стейкхолдера зацікавленість в діяльності команди, яка формує впевненість та підтримку до нових змін. Спілкування без формальних деталей, дозволило відкритися учасникам команди та розповісти про бажання, і поділитися щирими побажаннями, покращити взаємозв'язок (Додаток А).

Головне в результаті зустрічі, що обговорила команда:

- не має можливості спробувати на собі нову роль та інший вид завдань які не стосуються вже напрацьованих;
- організувати заходи в місті краще, цікавіше, перспективніше ніж в університеті;
- співпрацювати з новими організаціями.

З практичної точки важливо, щоб розвивалися не лише процес підготовки та реалізації соціокультурних проєктів, а за необхідності важливий розвиток менеджерів, стати міні-експертом зі всесторонніми навичками.

2. Впровадити інший розподіл ролей.

За проханням самих учасників команди, важливою частиною індивідуального розвитку для них стає зміна обов'язків. Менеджеру потрібно переглянути кожного, та забезпечити всім однакові умови і задовільнити

потреби. Під час змін, слід додати мотивації та стимуляції учасників, запропонувавши їм новий проєкт в якому вони зможуть спробувати себе в новій ролі, отримати враження та поділитися ними з учасниками команди, або більше об'єднатися та працювати зі створеною системою.

3. Впровадити навчання (навчання розглядається в будь-якому форматі).

Фідбек стейкхолдера. Поширене інформаційне збагачення для учасників команди. Стейкхолдер має досвід не в одному видів менеджменту, тому може дати настанови і розглянути ситуацію.

Онлайн ресурси. Українські експерти розпочали надавати експрес (швидкі) навчальні відео-уроки на просторах YouTube, Instagram, Facebook, Zoom (вебінари, тренінги), Telegram-chat тощо, в яких можна знайти актуальну цінну інформацію швидко та в зручному режимі з будь-якої точки світу переглядати, вивчати і втілювати нові навички в нову роль.

Благодійні організації. Українські волонтери, експерти створюють громадські організації в межах яких надають безкоштовні послуги творчого, економічного напрямку тощо, наприклад: фото-відео, тайм-менеджмент, управління та лідерство, ораторське мистецтво, фінансова грамотність, волонтерство, проєктний менеджмент, громадянська політика, робота з громадою тощо (Додаток Б.).

Навчання університету. Відвідування додаткових онлайн лекцій, отримувати теоретичний матеріал, спілкуватися з викладачами, вивчати літературу.

Дані методи навчання надаються безкоштовно, використовувати будь-який метод варто хоча б один раз в три місяця для вивчення нового, з урахуванням постійного процесу діяльності (роботи, навчання тощо) у вільний час.

4. Співпраця з організаціями, партнерство.



Діяльність лише з стейкхолдером виявилось недостатньо. Для нових можливостей варто розширювати межі та прописувати стратегічні наміри з якими допоможуть особи із зовнішнього середовища. Робота з фахівцями вищого рівня, виконує процедуру взаємодії.

На додачу до всього вищезгаданого співпраця об'єднує в себе алгоритми практичних підходів, які вимагають короткотривалий час але багатофункціональний зміст і досвід. Основна мета співпраці з різними організаціями, в першу чергу полягає в просуванні на місцевому ринку event-команду.

#### 5. Просування завдяки місцевим організаціям та їх впливу.

У випадку команди, не очікувалося просування для підвищення кількості підписників, та статистики в соціальних мережах. Головну ціль як практичний підхід, менеджер команди скористатися просуванням заходу який від імені команди проводиться вперше за власною ініціативою у співпраці з громадською організацією та іншими партнерами.

Для проведення соціокультурного проєкту визначені алгоритми, можна вважати як підходи для вдосконалення яку необхідно виділити, як цілісну структуру з нових підходів для впровадження, таким чином:

- Провести нетворкінг з визначенням ролей;
- навчитися новій формі проведення проєкту який вже має попит серед реалізації event-команди;
- змінили ролі учасників команди;
- співпрацювати з декількома організаціями які внесли вагомий внесок в організацію соціокультурного проєкту;
- просувати захід;

Навчитися новій формі заходу дісталось проходити менеджеру команди та стейкхолдеру, за умови, навчання було безкоштовним та сертифікованим. Форма

заходу, представляє собою «ненасильницькі дебати», це цікава форма обговорення без приниження, без зневажання думки співрозмовника, обговорення здійснюється на конкретну тему, дійти висновків учасники можуть за допомогою практичних вправ але без соціального впливу.

Навчання ненасильницьких дебатів організували ГО «Центр євроініціатив» за підтримки Національної Агенції Італії Програми Еразмус+. Фасилітаторами майтерської програми були минулі студентки Сумського державного університету, які пройшли навчання в Італії та імпортували нову форму дебатів на території України, а конкретно Сумській області та м. Суми.

Креативність менеджерки команди та стейкхолдера змотивувала організаторів ненасильницьких дебатів спрацюватися разом над спільною ідеєю. Команда мала ідею попрацювати в межах місцевих організацій, тому внесла пропозиції співпраці до МО «235м<sup>2</sup>», де отримала позитивну відповідь. В організації планується проводити на визначений час та день соціокультурний проєкт на тему: «Як не боятися змінити кар'єру?».

Програму для нового соціокультурного проєкту менеджеру та стейкхолдеру допомогала розробляти фасилітаторка майстерської програми Марина Москович (Додаток В).

В програмі важливою задачею було обрати тему для якої потрібно правильно сформулювати питання, щоб стимулювати учасників проєкту надавати відкриту відповідь. Визначити тайм менеджмент, даний проєкт був розрахований на три години з урахуванням анімаційний активні руханки як активну перерву. Прописати реквізити (кількість, назву, до якої вправи), і саме головне визначитися з практичними вправами які будуть допомагати учасникам проєкту розкрити тему, познайомитися з учасниками і досягти зміни в підсвідомості без сили впливу, утиску, приниження тощо (Додаток Д).

Від команди не всі долучилися до організації проєкту з власних обставин, але це не вплинуло на результат, тому що змінені ролі учасників команди подіяли в момент організації проєкту. Змінені ролі учасників event-команди зображені в таблиці 2.2. Змінювати ролі учасників команди необхідно у форматі відеозв'язку. Як правило спілкування голосом дає кращий результат взаєморозуміння. Для такої зустрічі можна підготувати презентацію із спогадами, а саме про конкретні фото із проєктів в яких учасники команди виконували свої завдання, цим самим учасників команди можна з мотивувати залишитися на тій же ролі (Додаток Г).

Таблиця 2.2

Змінені ролі учасників event-команди (авторська розробка)

№	Ім'я учасника команди	Чим займався	Бажання	Обов'язки в новому проєкті
1	Ілона	Менеджер	-	Фасилітатор, комунікаційний менеджер.
2	Маша	Графічний дизайнер	Музичний супервайзер, ведуча	Знаходила та формувала новий плейлист для практичних вправ.
3	Люба	Сценарист, режисер, актор	Графічний дизайн, відео-монтажер	Створювала фото для афіші яка поширювалася як запрошення, монтувала відео для соціальних мереж сторінки команди.
4	Альбіна	Креатор	Писати сценарії,	-

			фотографувати, бути ведучою.	
5	Аня	Музичний супервайзер	-	-

Проводити ненасильницькі дебати в Молодіжній організації «235м<sup>2</sup>» було правильним рішенням. Організація знаходиться в центрі міста, неподалік є облаштоване укриття для повної безпеки, адміністратори організації забезпечують для повного затишку всім необхідним учасників проєкту (теплі ковдри, чай або кава, зручні місця, гардеробна та вбиральня), а також допомогли в організації організаторам з технічним обладнанням (колонка, проєктор, фліпчарт).

Для просування проєкту, учасники команди (Люба) розробила афішу яку перед проведенням, щоб зібрати аудиторію поширювали:

- Місцеві пабліки за співпрацею з МО «235м<sup>2</sup>»;
- Молодіжна організація «235м<sup>2</sup>» у своїх мережах;
- «Центр євроініціатив»;
- Сумський державний університет;
- Чати університету.

Протягом місяця реалізувався соціокультурний проєкт з вище зазначеними практичними підходами. Таким чином, бажання учасників, а саме внести зміни у:

- процес виконання обов'язків та переглянути індивідуальний розвиток учасника команди;
- масштабувати події, заходи, проєкти команди;
- проведення удосконалення старих технік.

Згуртована команда в достатній кількості погоджує дії не лише в межах університету, а ще координують зусилля як міжфункціональна команда. Різні напрямки знань і умінь, дають команді кращий результат, але підходи для

проєкту краще розвивають професійні навички учасників команди. Використання підходів та система, яка була вибудована з них, сприяє проаналізувати ефективність впровадження.

### **2.3. Аналіз результатів впроваджених практичних підходів та проведеного соціокультурного проєкту event-команди**

Реалізація соціокультурного проєкту вимагає почерговість. Важливо звернути на це увагу при початкових стадіях, а саме на визначенні ідеї, задуму, комплектувати завдання тощо. Сформована система event-команди діюча але при використанні на протязі довгого часу, змушує активізувати і поєднувати з новими підходами.

Оновлена стратегія практичних підходів, які були використані для соціокультурного проєкту за формою ненасильницьких дебат, на тему «Як не боятися змінювати кар'єру?», в результаті вносить зміни до діяльності команди, наступним чином:

- популяризується команда на місцевому рівні;
- оновлюються соціальні зв'язки;
- вдосконалюються комунікабельні здібності;
- проєкти набувають більших масштабів;
- активізації учасників команди до розвитку;
- робота з новими підходами дає впевненість у боротьбі з новими проблемами;
- підвищується відповідальність;
- підкреслюються різні навички учасників команди або здобуваються нові, що дає можливість учаснику отримати додаткову навичку.

Функціонування команди в гіршу сторону може змінювати не правильно розставлені пріоритети. Не правильно вибудований час, або не правильно визначена послідовність виконання завдань може спровокувати втрату гнучкості, координацію, швидкість реалізації етапів, та спричинить труднощі в реалізації соціокультурного проєкту.

Завдяки змінам обов'язків серед учасників команди, ефективність працездатності команди збільшилася за рахунок:

- ефективної комунікації;
- позитивне середовище;
- постійне зростання та розвиток;
- конкурентоспроможність;
- підвищення креативності;
- ситуаційне управління.

Завдяки новим підходам, працездатність учасників команди виходить на новий рівень. Учасники команди краще взаєморозуміють один одного, не застосовують тиск в бік іншого із-за нерозуміння рівня складності обов'язків, формується командне середовище (Додаток Е).

Співпраця з громадською організацією яка має партнерів, постійно вдосконалюється і завжди готова йти працювати з молоддю, впливає не лише на етапи підготовки проєкту, або процеси організації. Можливість відчувати внутрішнє середовище здорової організації, мається на увазі професійного розвитку, характеризується з позитивної та розвиваючої візією, в свою чергу передає атмосферу працьовитості, активних внесків іншим командам.

Команди з досвідом впливають на згуртованість команди, мотивацію, ефективність вирішення складних завдань, мають чіткі системи для сприятливого робочого середовища. На базі їхнього простору, за ініціативою команди та чітко сформованими мотивами, маючи бажання отримати допомогу в деяких питаннях

можна звернутися до громадської організації. Сила громадської організації, переважно покладається на роботу з людьми, для команди та її проєктів важливою складовою є людський ресурс, який складно долучити в ролі учасника.

В подальшій діяльності команди серед місцевого рівня, event-команда може користуватися соціальними структурами за власними вимогами:

1. Відгук від організації, який має чинність для працевлаштування тощо;
2. Співпраця Всеукраїнського, Міжнародного рівня;
3. Команда створює внесок до розвитку громад;
4. Залучення учасників команди за матеріальну винагороду;
5. Розширювати ком'юніті event.

Вимоги за рівнем професійного розвитку можуть змінюватися або набувати більш пріоритетного значення. Для залучення громадян в проєкти команди, можливо використати просування через соціальні мережі. Учасники проєктів громадської організації або молодіжної організації мають цільову аудиторію, яка хоче користуватися безоплатними подіями на території міста для власного розвитку.

Зазначимо, що перехід на нові практичні підходи пов'язані насамперед із запитом учасників команди, із потребою в нових змінах. Менеджеру важливо розуміти та чути прохання, розглядати їх з точки зору інтересів члена команди та управлінської системи, знаходити рішення які будуть ключовим впливом на організаційну структуру соціокультурного проєкту.

## Висновки до розділу 2

Досвід, це показник діяльності який можна переглянути на фото, проаналізувати та провести аналіз організованих соціокультурних проєктів event-команди. З досвіду варто взяти минулі практичні стратегії, теоретичні основи якими володіють учасники команди і вдосконалити їх інноваційними методами завдяки яким, інші команди досягають кращих результатів і стають більш розвинути в професійному аспекті своєї діяльності.

Використані практичні підходи під час проведення соціокультурного проєкту були опрацьовані на дослідженні команди, та за потребами у передбачені конкретного показника. Організаційна структура проєкту змінилась завдяки новому формату проведення соціокультурного проєкту. Інші зміни серед учасників команди та в методах поширення характеризує новий рівень досвіду, масштабу проєктів, розвитку факторів з якими стикається event-команда.

Проаналізувавши впроваджені практичні підходи та проведеного соціокультурного проєкту event-команди, можна підкреслити, що підходи в практичні підходи були якісно досліджено та чітко виконанні, що призвело до співпраці з місцевими організаціями, вдосконалення стратегічного, організаційного, технічного рівня організації командної роботи та проєкту.



## ВИСНОВОК

Соціокультурна діяльність спрямована на розвиток суспільства через різноманітні форми культурної активності. Таким чином, event-команди є актуальним та перспективним інструментом реалізації соціокультурних проєктів, формуванням нових креативних команд, які вносять розвиток в соціокультурну діяльність завдяки пошуку нових підходів із чітко сформованими процесами.

Організація соціокультурних проєктів включає поетапну систему підготовки та організації проєкту. Чітке визначення етапів проєкту дає змогу швидше орієнтуватися, краще готуватися та не пропускати важливі процеси під час реалізації проєкту. Головним чинником без чого не може бути проєкт – команда. Розглянуто, як сформувати портрет кандидата до команди, щоб зібрати команду, яка буде згуртована, зі схожими цінностями, ставити смільну мету та робити результат по закінченню проєкту. Етапи формування команди, такі як: знайомство, налагодження комунікації, визначення пріоритетів необхідні для налагодження роботи та згуртування внутрішнього процесу команди.

Разом з тим соціальний капітал в соціокультурній діяльності, об'єднує людину із зовнішнім середовищем без якого не могло б існувати людство. Людина потребує знайомства, спілкування, розвитку, відпочинку, таким чином соціокультурні проєкти, які наділені силою об'єднувати суспільство, надавати моральний розряд енергією, розвивати громадкість є чи не одним з головних етапів розвитку в середині event-команди та частиною соціокультурного проєкту.

Завдяки тому, що соціальний капітал є невідомою частиною життєвого циклу, event-команда будує свій шлях, який має різний проміжок розвитку та кількості проведення заходу зважаючи на зовнішні чинники, які впливають на команду із-за економічної, політичної, медичної сторони. Проте, всі event-команди працюють над формуванням ідеї (що за захід, для кого), плануванням

(зустрічей, зйомок), підготовкою проєкту (оформлення залу, закупівля матеріалів), впровадження ідеї, закінчення проєкту.

Тоді як, протягом життєвого циклу, event-команда наділяється сильними сторонами, працює над слабкими, розглядає подальші можливості, і уникає загроз. Проаналізувавши діяльність команди за допомогою SWOT-аналізу очевидно, що розглядається система команди, корпоративна культура. На етапі аналізу можна визначити власні слабкі сторони в реалізації проєкту, щоб в подальшому проаналізувати та вдосконалити власні практичні підходи. За допомогу для покращення результату, слід проаналізувати методом SWOT-аналізу досвід світових команд, зрозуміти систему їх роботи та взяти до уваги тенденції.

Вдосконалювати практичні підходи для реалізації соціокультурних проєктів приходить з досвідом, коли постійні підходи вже не працюють, а самої креативності з урахуванням розвитку сучасного світу недостатньо. Соціокультурні проєкти здебільшого дають учасникам досвід в роботі з різними професійними сферами, в роботі серед колективу та здобувати професійні навички в категоріях над якими закріплені в event-команді. За допомогою попереднього досвіду учасники команди можуть використовувати нові тенденції з постійно використаними етапами організованих проєктів.

Для нового досвіду та більшої кількості соціокультурних проєктів, визначені потреби учасників команди, та визначено структуру впровадження нового соціокультурного проєкту. Сенс кожного кроку для реалізації соціокультурного проєкту є перспективою подальших організованих проєктів.

Впроваджені підходи, для кожного учасника команди стали новим досвідом та вирішальним у подальшій діяльності event-команди. Новий формат проєкту допоміг розширити діяльність на межах міста, та здобути комнікаційні

зв'язки із співпрацею. Команда має нові подальші плани до реалізації соціокультурних проєктів після нового навчання.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. «Командна робота-запорука успіху». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://surl.li/ukqza>.
2. Соціальний капітал: теоретичні підходи. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://surl.li/ukquu>.
3. Блага Н. В. Управління проектами: навч. Посібник. Львів. Львівський державний університет внутрішніх справ, 2021 р. 152 с.
4. Дергачов. Г. М. Івент менеджмент: Конспект лекцій КПП ім. Ігоря Сікорського, 2022 р.
5. Каленіченко Ю. Б., Смірнова Я. І. Креативність як основа менеджменту організації 189с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://surl.li/ukqux>.
6. Ковшун Н. Е. Левун О. І. Аналіз та реалізація проектів. Навчальний посібник: [Електронне видання]-Рівне 2022 р.
7. «Командна робота-запорука успіху» Комунальний заклад Сумської обласної ради - Сумська обласна науково-методичний центр культури і мистецтв – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://surl.li/ukqys>.
8. Криськов А.А., Криськова Л.П., Соціальний капітал: значення та функції – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://surl.li/ukqur>.
9. Каленіченко Ю.Б., Смірнова Я.І. Креативність як основа менеджменту організації – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://mmi.sumdu.edu.ua/wp-content/uploads/mmi/volume-2-issue-4-part-2/mmi2011\\_4\\_2\\_186\\_191.pdf](https://mmi.sumdu.edu.ua/wp-content/uploads/mmi/volume-2-issue-4-part-2/mmi2011_4_2_186_191.pdf)
10. Максимовська Н. О. Культура України : зб. наук. пр. / М-во культури та інформ. політики Менеджмент креативних технологій у соціокультурній сфері Харків. Наукова думка 2022. — Вип. 75, 30-35 с.

11. Максимовська Н. О., Босенко Т. В., Культура України : зб. наук. пр. / М-во культури та інформ. політики Менеджмент анімаційної соціокультурної діяльності Харків. Наукова думка 2022. — Вип. 75, 43-50 с.
12. Мохаммед Валід, Розвиток та управління командами в організації. MOHAMMAD WALEED, Developing and Managing Teams in the Organization [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://surl.li/ukqyk>.
13. Організаційне проектування: конспект лекцій [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студ. спеціальності 073 «Менеджмент», освітньо-професійної програми «Менеджмент і бізнес-адміністрування» першого бакалаврського рівня вищої освіти – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://surl.li/ukqyi>.
14. Повалій Т. Л. Іміджологія та брендинг у соціокультурній діяльності : навчальний посібник / Т. Л. Повалій, О. П. Бойко, О. О. Котенко. – Суми : Сумський державний університет, 2024. – 257 с.
15. Основи менеджменту: Конспект лекцій: навч. посіб. для студентів спеціальності 073 «Менеджмент» освітньо-професійної програми «Менеджмент і бізнес-адміністрування» / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; укладачі: Т.В. Лазоренко, С.О. Пермінова. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2021. 37 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://surl.li/ukqyf>.
16. Пархоменко І. І. Британська наукова традиція вивчення івент-менеджменту: основні поняття (Г. Боудін, Х. Пієлічати, Дж. Елз) . [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://surl.li/ukqyb>.
17. Петрова І. В. Проектування в соціально-культурній сфері: Навчальний посібник. -К., Вид-во КНУУіМ, Київ 2007 – 372 с.
18. Побережець Г.С., Левченко М.Г., Форостян А.Ф., (2023) Сучасні соціокультурні процеси в Україні та їх роль у розвитку національного розвитку, 89-97 с.

19. Повалій Т.Л., Світайло Н.Д. Івент-менеджмент: навч. посіб. Суми: СумДУ, 2021.
20. Проектна діяльність у системі професійної (професійно-технічної) освіти: практичний посібник / В. О. Радкевич, О. В. Бородієнко, Л. П. Пуховська, О. А. самоїленко, О. П. Радкевич, Н. В. Базелюк. – Житомир: «Полісся», 2020. – 236 с.
21. Сухоставець А. І. Соціальний капітал: теоретичні підходи. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [Сухоставець А. І. Соціальний капітал.pdf \(snaeu.edu.ua\)](http://snaeu.edu.ua/sozialnyi-kapital.pdf).
22. Т.В. Лазоренко, С.О. Пермінова Основи менеджменту: Конспект лекцій: навч. посіб. для студентів спеціальності 073 «Менеджмент» освітньо-професійної програми «Менеджмент і бізнес-адміністрування» Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2021. 166 с.
23. Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку = Ukrainian culture: past, modern and ways of development : наукові записки Рівненського державного гуманітарного університету : наук. зб. / Засновник Рівнен. держ. гуманітар. ун-т, Ін-т культурології Нац. акад. мистецтв України ; гол. ред. С. В. Виткалов. – Рівне : РДГУ, 2023. – Вип. 47: Напрям: Культурологія. – 182 с.
24. Управління ресурсами підприємства: Київський національно економічний університет (2014) за заг. ред. к.е.н., проф. Г. О. Швиданенко. — К.: КНЕУ 418 с.
25. Шарат Кумар, 2023 р. SWOT-АНАЛІЗ. Sharath Kumar , 2023 р. SWOT-ANALYSIS. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://surl.li/ukqxt>.

## ДОДАТКИ

### Додаток А

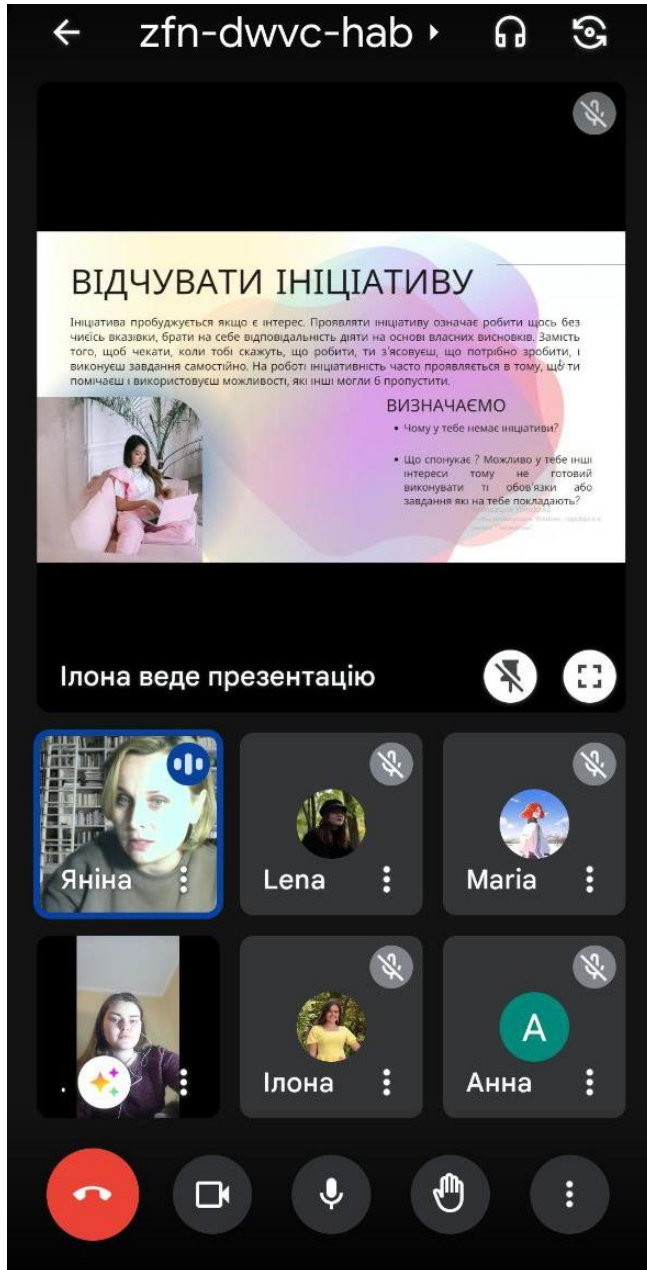


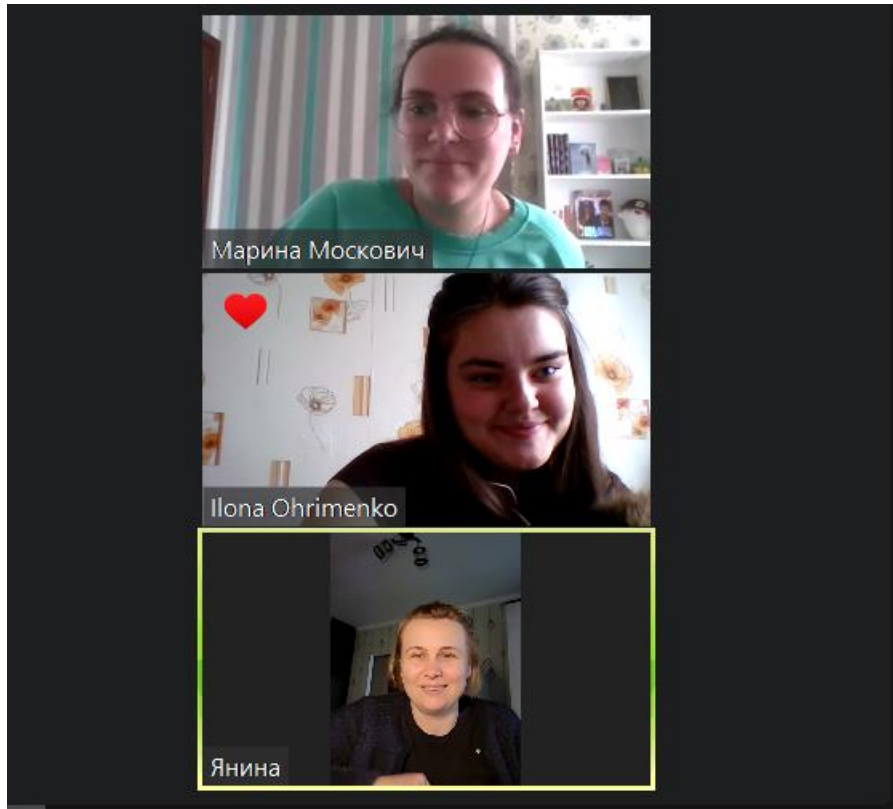
Рисунок А.1 – Проаналізувати внутрішню діяльність команди за допомогою стейкхолдера

## Додаток Б



Рисунок Б.1 – Навчання проведення нового формату проекту



**Додаток В**

**Рисунок В.1** – Робота над новий форматом програми з фасилітатором громадської організації «Центр євроініціатив»

## Додаток Г



Рисунок Г.1 – Зустріч з командою для впровадження нових ролей

## Додаток Д

## Таблиця Д.1

Програма проведення ненасильницьких дебатів «як не боятися змінювати кар'єру» (Авторська розробка)

Години	Назва активності та відповідальна	Опис діяльності
30 (хв) 11:00 11:30	Знайомство, вироблення групової угоди. <i>Яніна</i>	Техніка: Визначення супер сили, учасників. Вироблення групової угоди. Визначення правил серед учасників. Написати на скотчі імена.
20 (хв) 11:40 12:00	Презентація про те, що таке ненасильницькі дебати + відповіді на питання. <i>Ілона</i>	Визначення що таке ненасильницькі дебати, різниця між звичайними дебатами, код на соціальні мережі команди, стейкхолдера і ГО «Центр Євроініціатив»
10 (хв) 12:00	Енерджайзер <i>Яніна</i>	Робимо коло зі стільців, обираємо ведучого. Ведучий озвучує річ, яка об'єднує людей, які сидять в колі. Задача людей в колі змінити своє місце, задача ведучого - зайняти чийсь місце. Хто залишиться стояти в колі стає ведучим і знову називає річ, яка всіх об'єднує.
30 (хв) 12:10 12:40	Світове кафе <i>Ілона</i>	Беремо декілька великих аркушів паперу, малюємо основу дерева в корнях дерева пишемо питання у вигляді дилеми 1 ватман питання- "Одна робота на все життя. За і проти?"

		<p>2 ватман-”Кар’єра чи особисте життя: що у пріоритеті?”</p> <p>і кожний хто в даному раунді підійшов до цього столу пише свою думку з цього приводу, коли раунд закінчується всі міняються столами і так подорожують поки не дадуть відповіді на всі питання.</p> <p>В кінці зачитуємо всі відповіді щоб кожен подивився на ситуацію з абсолютно різних сторін.</p> <p><b>Після техніки варто робити невелику рефлексію.</b></p>
--	--	--

продовження таблиці Д.1

<p><b>20 (хв)</b> <b>12:40</b> <b>13:00</b></p>	<p>Квитки та жетони</p> <p><b>Яніна</b></p>	<p>Розділити учасників дебатів на групи та запропонувати питання для обговорення. Кожному роздати три квитки: промова, питання, перефразування(чому я навчився).</p> <p>Учасники можуть використати кожен квиток один раз, проте інші учасники можуть донатити свої квитки. Ця техніка допомагає структурувати обговорення. В наступному раунді можна роздати ці самі квитки і запропонувати іншу тему дебатів, проте зробити їх обмеженими по часу, до прикладу дати всього по хвилині на обговорення.</p> <p><b>Після техніки варто робити невелику рефлексію.</b></p>
<p><b>10 (хв)</b> <b>13:00</b></p>	<p>Енерджайзер з іграшками</p>	<p>За основний інструмент виступає іграшка, яка передається рандомно учаснику.</p>

<b>13:10</b>	<i>Ілона</i>	Учасники стають в коло для того, щоб бачити один одного, рандомному учаснику дають в руки іграшку, із завдання може бути “знайди людину із схожим кольором одягу, і передай йому іграшку” і т.д. Енерджайзер закінчити коли всі учасники протримали іграшку.
<b>13:10</b>	Рефлексія. <i>Разом</i>	Дати відповіді на питання на маленьких стікерах і приліпити на ватман. 1. Напиши що тобі сподобалося найбільше 2. Напиши що можна було б покращити 3. Напиши сильні сторони 4. (Залиш відгук організаторам)
<b>КІНЕЦЬ</b>	Спільне фото	

## Додаток Е



Рисунок Е.1 –Фото з учасниками проекту

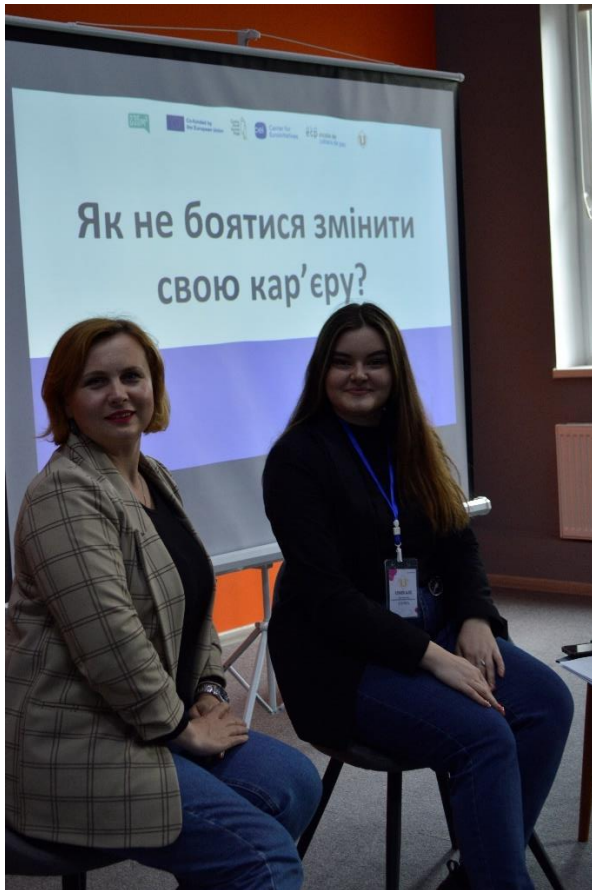


Рисунок Е.2 – Ведучі, (фасилітаторки) ненасильницьких дебат



## Додаток Ж



Рисунок Ж.1 – Сертифікат участі в VI Всеукраїнському науково-практичної конференції студентів та молодих вчених