

Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/997/997cd91013ae04802b008fb73377f6f6.pdf>. – Дата доступа: 09.03.2021.

3. Жданова Т.С., Бикташева Д.Л., Гиевая Л.П. Менеджмент в туризме. – 2006. – 63 с.

4. Пересечение границы Республики Беларусь в условиях COVID-19 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gpk.gov.by/covid-19/#link1>. – Дата доступа: 09.03.2021.

УДК 791.6

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ EVENT-МЕНЕДЖМЕНТА

Л.В. Карчевская, В.Д. Старицына студенты группы 10508119 ФММП БНТУ, научный руководитель – канд. экон. наук, доцент О.Н. Монтик

Резюме – в статье рассмотрены понятие и основы event-менеджмента, а также идет речь о том, какие действия требуются для успешного планирования события. Делается вывод о необходимости наличия навыков управления событиями для положительного развития бизнеса.

Resume – the article discusses the concept and fundamentals of event management, and also talks about what actions are required to successfully plan an event. The conclusion is made about the need for event management skills for the positive development of the business.

Введение. В последнее время event-менеджмент стал набирать популярность. Это происходит за счет появления большого количества новых предприятий, которые хотят продвигать свои продукты и услуги. Каждая компания хочет минимизировать свой бюджет на рекламу, поэтому отдел маркетинга должен искать наиболее выгодные пути общения с аудиторией. Как показала практика, именно event-менеджмент является самым производительным инструментом, действующим в сфере инфобизнеса.

Основная часть. Event-менеджмент – это организация любого большого или малого мероприятия, начиная от личных мероприятий, таких как свадьбы и дни рождения, до бизнес-мероприятий, например, конференции, вебинары, мастер-классов и выставки [1]. Каждое событие – это феномен, каждое из которых уникально благодаря окружающей обстановке, гостям, систем управления, включая планирование программы и управление рисками. Для организации даже самых небольших по размерам событий необходимы существенные затраты, как денежные, так и умственные. А для создания четкого плана действий и хорошей подготовки нужно отчетливо понимать, чего мы хотим добиться, какие цели преследуем, представлять желаемую реакцию гостей. В первую очередь необходимо определить бюджет мероприятия. Он обычно представляет собой стоимость самого события и вспомогательных событий, например, pre-party, after-party, интервью и т. п. Следовательно, стоимость разных по масштабу мероприятий

будет сильно отличаться. Наряду с определением бюджета, также очень важно составить план-график мероприятия и установить временные рамки всех этапов подготовки события.

Следующим немаловажным этапом является обеспечение мероприятия необходимыми кадрами. Какое количество людей нужно привлечь для качественной организации события? Сколько нужно артистов, постановщиков, обслуживающего персонала, промоутеров и т. д. для проведения мероприятия? Кто будет отвечать за подготовку места проведения, техническое обеспечение ивента и управление событием в целом? Все эти вопросы необходимо ликвидировать на ранних этапах подготовки мероприятия. Особо важным аспектом в event-менеджменте является определение потребности в спонсорах. На основе составленного бюджета необходимо обдумать, нужна ли спонсорская поддержка и будет ли это выгодно для обеих сторон. К такому сложному и серьезному делу нужно подойти очень ответственно, чтобы найти, убедить и привлечь к участию достойных спонсоров. В этом деле важную роль играют коммуникативные навыки самого event-менеджера.

Не менее важными задачами являются связь с общественностью и привлечение СМИ. Поэтому при продумывании события нужно четко представлять целевую аудиторию, от которой вы хотите получить отклик, и масштабы отклика. Для того, чтобы добиться успеха в СМИ мероприятие должно быть запоминающимся, соответствовать современным тенденциям, а также в нем должна быть заинтересована аудитория. Следуя современным тенденциям, менеджеры стараются угодить гостям и предварительно проводятся опросы, чтобы узнать пожелания аудитории. В сфере мероприятий денежная сторона вопроса не должна быть на первом плане у гостей, социальная же сторона мероприятия может привлечь еще больше гостей и журналистов. Чтобы дополнить информационную сторону мероприятия, отличной идеей будет провести пресс-конференцию, интервью или другой способ общения с гостями и СМИ.

Заключение. Таким образом, навыки управления мероприятиями необходимы компании для получения требуемой экспозиции и создания положительного имиджа компании в целом, а также любого бренда в частности. Они не только служат шансом для хорошо зарекомендовавшей себя компании восстановить свою значимость, привлекая все большее число потенциальных клиентов, но и позволяют начинающей компании стимулировать у простых людей чувство интереса к продуктам и услугам, которые они предлагают.

ЛИТЕРАТУРА

1. Walker, Mark; The 10 Event Management Skills Event Managers Need/ Mark Walker, [Electronic resource]/ EventbrightBlog. – 2019. – Mode of access: <https://www.eventbrite.co.uk/blog/qualities-successful-event-managers-ds00/>. – Date of access: 07.03.2021

2. Нестеров, А. К. Ивент-менеджмент// Энциклопедия Нестеровых. – 2016.– [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://odiplom.ru/lab/ivent-menedzhment.html>. – Дата доступа – 07.03.2021
3. Хальцбаур У. Event-менеджмент / У. Хальцбаур, Э. Йеттингер, Б. Кнау-се, Р. Мозер, М. Целлер; [пер. с нем. Т. Фоминой]//М.: Эксмо, 2007. – 384 с.

УДК 338

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОЦЕССА ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В БАНКЕ

*М.А. Касобудская, К.Н. Шляжко, студенты группы 10503218 ФММП
БНТУ, научный руководитель – канд. экон. наук, доцент О.Н. Монтик*

Резюме – способность принимать управленческие решения является основной задачей управленца в любой сфере деятельности организации, включая банковскую деятельность. Для этого необходимо понимать стратегию организации, обладать ключевыми навыками и быстро и чётко делегировать обязанности.

Resume – the ability to make a management decision is the main task of a manager in any business organizations, including banking. This requires understanding the organization's strategy, possessing key skills, and quickly and clearly delegating responsibilities.

Введение. Банковские учреждения являются особенной денежно-кредитной организацией, поскольку они не только принимают и размещают большие суммы необеспеченных государственных средств в фидуциарной деятельности, но и привлекают такие средства путем создания кредитов. Одним из немаловажных аспектов является также грамотное управление сотрудниками, так как успех в банке зависит именно от них и от того, как они выполняют свои должностные обязанности. Также доступность своевременной, надёжной и системной информации обеспечивает эффективный и действенный процесс принятия решений в рамках процесса принятия решений с участием в банках.

Основная часть. Основной формой управленческой деятельности, которая необходима для достижения поставленной цели, является управленческое решение [1, 2]. В процессе формирования и реализации управленческих решений в банке возникает необходимость проанализировать особенность банковской деятельности, после установить особенности процесса разработки, принятия и реализации управленческих решений. Одной из ключевых проблем, связанных с эффективностью управленческих решений, является их своевременное и чёткое выполнение. Рациональные решения принимаются для стратегического и тактического управления, которые основываются на методах экономического анализа, обоснования и оптимизации. Для того, чтобы укрепить позиции банка на рынке банковских услуг и повысить конкурентоспособность по отношению к другим