

Карпюк Ольга Анатоліївна

к.е.н., доц.,

Житомирський державний університет імені Івана Франка

Сингаєвська Анна Олегівна

Магістрант б1 групи,

Житомирський державний університет імені Івана Франка

EVENT- МЕНЕДЖМЕНТ В ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ: СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА ПЕРСПЕКТИВИ ДЛЯ УКРАЇНИ

В статті аналізуються система організації event-management в світовій практиці та можливості її застосування в сфері туристичного бізнесу в Україні. Окреслено перспективні напрями та загрози розвитку event-management в українських реаліях.

Ключові слова: event- менеджмент, туристична галузь, економічна ефективність, заходи event- менеджменту.

In the article analyzed the system of event-management practice in the world and the possibility of its application in the field of tourism in Ukraine. Outlined promising areas and threats of event-management in the Ukrainian realities.

Keywords: event- management, tourism industry, economic efficiency, measures event-management

В статье анализируются система организации event-management в мировой практике и возможности ее применения в сфере туристического бизнеса в Украине. Определены перспективные направления и угрозы развития event-management в украинских реалиях.

Ключевые слова: event- менеджмент, туристическая отрасль, экономическая эффективность, мероприятия event- менеджмента.

Постановка проблеми.

Традиція організації заходів супроводжує людство з часів його появи. Людям завжди було властиво збиратися і влаштовувати урочистості з нагоди різних подій. На початку ХХ століття сформувалась окрема галузь менеджменту – event-менеджмент.

Event-менеджмент є одним з найбільш істотних інструментів PR (паблік рілейшнз), який спрямований на отримання не одноразового ефекту, а довготривалого процесу у формуванні іміджу підприємства, його вплив на суспільні інтереси і потреби. Event-менеджмент означає перетворення заходу за допомогою допоміжних ефектів в щось абсолютно виняткове з погляду споживачів. Туристична галузь в Україні нині переживає кризові часи, і надзвичайно важливим залишається питання оцінки економічної ефективності всіх запланованих заходів компанії, від яких залежить її успіх чи банкрутство. Даний аспект є предметом дослідження в нашій статті.

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Event-менеджмент з англійської, дослівно перекладається як управління подією. Event-менеджмент – це практичне застосування менеджменту в області проектування проведення та організації заходів та подій. Дослідженню питань розвитку event-менеджменту в світовій практиці, його складовим етапам та ключовим факторам успіху в різні періоди часу займалися такі провідні вчені та практики як Ю. Азарова, А. Денисенко, Ф. Джані, Д. Голдблатт, О. Шумович та інші.

Загалом також існує безліч визначень поняття “захід”. Одним з найкоротших та вдалих є: захід – це те, що відрізняється від звичайного життя. Це визначення належить Роберту Ф. Джані, одному з керівників парку розваг Уолта Діснея [1].

Одним із найвідоміших event-менеджерів зі світовим ім'ям є Джо Голдблатт засновник і перший президент “Міжнародного співтовариства організації заходів” (International Special Events Society). Він же розробив перший в світі навчальний курс і професійну сертифікаційну програму в галузі управління подіями. До того ж, Джо Голдблатт сам довгий час був власником компанії event-менеджменту, яка провела сотні заходів найвищого порядку, в числі яких була інавгурація двох президентів США - Рональда Рейгана і Джорджа Буша старшого.

Основними **цілями статті** є аналіз світового досвіду щодо впровадження системи event-менеджменту в компаніях, в тому числі туристичної галузі, а також оцінка можливостей розвитку event-менеджменту в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Можна зазначити, event-індустрія сьогодні розвивається шаленими темпами. На сьогодні обсяг виручки від event-індустрії становить неймовірні суми, наприклад, в США загальний дохід від заходів дорівнює одному трильйону доларів на рік. Це більше, ніж доходи автомобільної промисловості та IT-індустрії. Більше того, згідно з прогнозами американського Бюро трудової статистики в період з 2010 по 2020 рік зростання event-індустрії складе 44%, що значно перевищує показники зростання інших галузей.

Як і в кожній галузі в event-менеджменті є професіонали своєї справи. Навчальних закладів, які готують event-менеджерів, не існує. У цю професію зазвичай приходять психологи, художники, рекламисти, педагоги. Проте існує безліч спеціальних курсів та тренінгів у цій сфері. Можна сказати, що робота event-менеджера – це його спосіб життя. Тому людина, яка присвятила своє життя цій професії, повинна володіти такими якостями, які напряду перегукуються з її професійною діяльністю.

Event-менеджмент включає в себе:

- вивчення складнощів, тонкощів, нюансів бренду;
- визначення цільової аудиторії;
- розробку концепції заходу;
- планування логістики і координацію технічних аспектів безпосереднього виконання (включаючи умови проведення заходу).

У цій професії важко обійтися без художніх, творчих здібностей, але, звичайно ж, сама назва даної професії передбачає, що ця людина має бути прекрасним організатором. Не обійтися і без уміння розставляти пріоритети і за всяку ціну домагатися поставлених цілей, без здатності працювати з великою кількістю інформації, скрізь встигати, з усіма домовитися. Для того щоб бути успішним у цій професії, необхідно мати харизму, талант переконання [3].

Основними обов'язками event-менеджера є:

- вміння знайти спільну мову з будь-яким клієнтом, щоб спільно виробити план проведення заходу;
- мати в запасі готові програми-стратегії для корпоративних заходів – конференцій, семінарів, тренінгів, щоб при необхідності запропонувати їх в якості рішення проблеми;
- знаходити потрібних учасників, майданчик, обладнання;
- домовлятися і контролювати виконання умов контракту з субпідрядниками, задіяними в реалізації проекту;
- управляти персоналом, які беруть участь у підготовці та реалізації проекту, ефективно взаємодіяти з власною командою;
- розраховувати бюджет заходу та контролювати його постатейне виконання;
- психологічно грамотно залагоджувати будь-які конфлікти в процесі проведення заходу.

Джо Голдблатт зазначає, що успішному event-менеджеру необхідно мати 3 основні складові успіху: хороші організаторські здібності, лідерські якості і здатність приймати зважені та етичні рішення.

Різні автори виділяють безліч підходів до класифікації заходів в event-менеджменті. Кожен вчений відштовхується від різних факторів і принципів, створюючи власне бачення даної проблеми.

Кирило Федоров, к.е.н, доцент кафедри маркетингу Московського інституту економіки, менеджменту і права, начальник відділу продажів компанії Oracle JD Edwards Enterprise One, виділяє класифікацію заходів event-менеджменту за принципом цільової аудиторії або орієнтації на об'єкт впливу [4]. Він виділив 3 види заходів:

- Trade Events – заходи event-менеджменту, розроблені спеціально для партнерів по бізнесу, клієнтів, дилерів і дистриб'юторів. Це ділові заходи: конференції, презентації, прийоми, конгреси, саміти, спеціальні заходи на виставках і ярмарках. Мета організації подібних заходів – представити товар або послугу, наочно продемонструвавши його переваги партнерам по бізнесу. Заходи цієї категорії часто організовують з метою презентації нових товарів і послуг, обміну досвідом, пошуку нових стратегічних партнерів.

- Corporate Events – корпоративні заходи, до яких можна віднести спільний відпочинок співробітників, ювілеї компанії, професійні свята. Корпоративні заходи надають унікальну можливість донести ідеї компанії безпосередньо до співробітників, але також вони можуть послужити ефективним інструментом зовнішнього маркетингу, завжди можна запросити на корпоративні заходи центральних клієнтів і партнерів.

- Special Events – спеціальні заходи, що включають в себе фестивалі, вручення премій, заходи для преси, концерти, призначені для широкої аудиторії. В цілому, це комплекс заходів та подій, що зитивно впливають на імідж компанії або торгової марки. Після професійного проведення серії подій заходів даного виду слідує позитивна реакція цільової аудиторії, виражена в підвищеній лояльності до компанії і зростання інтересу з боку потенційних клієнтів [5].

Олександр Шумович, директор компанії Eventum, член міжнародної асоціації ISES, член AmCham, розглядає класифікацію заходів event-менеджменту за принципом поставлених компанією цілей і отриманого результату (табл. 1.). Даний підхід досить часто застосовується на практиці, оскільки перспективне бачення бажаного результату завжди впливає при виборі заходів [7].

Таблиця 1

Підхід О. Шумовича до класифікації заходів в event-менеджменті [7]

Вид заходу	Результат для учасників	Результат для організаторів
Для ЗМІ Прес-конференції Прес-тури	Отримання актуальної та достовірної інформації з перших рук	Залучення уваги преси Публікації Позиціонування компанії Антикризові дії
Вийзні заходи Презентації	Отримання інформації про новинки	Збільшення обсягів продажів Збільшення лояльності клієнтів

Заходи по стимулюванню збуту	Отримання особливих умов для придбання товарів/послуг	Залучення нових клієнтів
Розважальні Корпоративні свята Внутрішньокорпоративні свята для розвитку командного духу	Розваги Спілкування Зміцнення колективу	Підвищення лояльності працівників Залучення уваги преси
Святкові Банкети, фуршети Ювілеї Прийом гостей	Формування традицій Спілкування Підтримка статусу	Підвищення власного статусу
Благодійні Благодійні обіди Концерти Акції по збору коштів	Можливість допомоги нужденним Спілкування	Демонстрація соціальної відповідальності Залучення уваги преси
Масові Міські свята Фестивалі Виставки Концерти	Розваги Спілкування	Залучення спонсорів Підтримання культури Демонстрація соціальної відповідальності
Спортивні Спортивні змагання	Визнання досягнень Розваги	Масова непряма реклама Залучення туристів Демонстрація соціальної відповідальності

Джерело: [7]

Автор не виділяє окремим елементом корпоративні заходи, навпаки – прагне виділити їх види в окремі групи. Так він описує заходи розважального та урочистого характеру як окремі елементи в класифікації і розмежовує їх схожість отриманням різного результату по закінченні заходу.

Важливою особливістю даного підходу так само є той факт, що вчений виділяє в окрему статтю класифікації заходи event-менеджменту, призначені для преси. У своїй книзі “Чудові заходи. Технологія та практика управління подіями” О. Шумович щораз згадує, що преса відіграє величезне значення для діяльності компанії, сприяє створенню її іміджу та репутації [6].

Незалежно від обраного виду класифікації, використання будь-яких заходів event-менеджменту в діяльності компанії приведе до бажаного результату, якщо правильно побудувати процес планування та реалізації заходу. Event-менеджмент – перспективний напрямок, що дозволяє компаніям підвищити рівень конкурентоспроможності на ринку, збільшити прибуток і рівень лояльності клієнтів і партнерів [5].

Як ми вже зазначали event-менеджмент виник близько 150 років тому в США. На сьогодні в Америці це потужна та розвинена галузь сфери послуг. Найбільш популярні послуги event-індустрії в США є: планування заходів та їх координація, створення ідеї, маркетинг і промоушн заходу, дослідження та оцінка заходу. Найбільшим попитом

користується планування та координація події, зазначає Джо Голдблатт – event-гуру США.

Також потужно сфера event-індустрії розвивається і в Європі. В багатьох університетах, так як і в США, існують курси та напрями підготовки фахівців event-менеджменту.

В Україні event-менеджмент досить молодий напрямок. На думку директора українського event-агенства Наталії Чижової event-ринок має такі основні проблеми:

- неготовність українського клієнта до креативних рішень;
- нестача кваліфікаційних кадрів.

Українці мають більш прямолінійне, стандартне мислення і тому їм важко прийняти щось кардинально нове та нестандартне. Event-менеджери змушені реалізовувати банальні звиклі для українців ідеї, оскільки не завжди клієнт може зрозуміти весь задуманий креатив проекту.

Загалом основні причини браку кваліфікованих кадрів на ринку event-індустрії – неактуальність профільної освіти і низький рівень обізнаності про цю сферу, як такої. Загалом до майбутніх event-менеджерів пред'являються наступні вимоги:

- вища або неповна вища освіта;
- впевнене володіння комп'ютером;
- досвід організації корпоративних або приватних заходів;
- вміння працювати з документацією;
- навички виявлення перспективних потенційних клієнтів;
- особистісні якості (ініціативність, стресостійкість, вміння генерувати ідеї, вміння працювати з людьми, прагнення працювати на результат, а не відсиджувати на робочому місці належний час);
- досвід роботи (дуже важливий показник, але не стає на перший план);
- знання іноземної мови.

Якщо певний кандидат зрозумів, що event-індустрія – це саме те, що йому потрібно, він має багато ідей, переповнений енергією і любить спілкування з людьми, то йому слід добре підготуватися до співбесіди. Також він повинен бути готовим до виконання практичного завдання.

У event-індустрії немає багаторівневих холдингових компаній-гігантів: середня кількість співробітників складає від 30 до 50, частина з яких працює на фрілансі. Бувають і зовсім крихітні агентства, що складаються з 3-5 працівників. Тому кандидат

повинен пам'ятати, що в event-індустрії майже не існує стрімкого кар'єрного росту. Загалом люди, що йдуть працювати в event – творчі натури, вони живуть процесом, а не кар'єрним зростанням, для них головне – заряджатися емоціями і заряджати ними інших людей [12].

Висновки та перспективи подальших досліджень. Одним із перспективних напрямків event-індустрії в Україні є MICE. MICE – це мистецтво організації заходів за кордоном. Поняття MICE включає 4 пункти:

- Meetings - зустрічі, стратегічні, циклові наради, переговори, презентації;
- Incentives - інсентив, заохочувальні поїздки, мотиваційні програми, стимулювання лояльності партнерів, співробітників, дилерів;
- Conferences / Conventions - конференції, форуми, конгреси;
- Exhibitions / Events - виставки, подієвий туризм, корпоративні події.

На даний момент це перспективна сфера бізнесу, одна з найбільш захоплюючих і перспективних в усьому світі, яка тільки набирає свої оберти. В даний час безумовними світовими лідерами індустрії MICE як і раніше є США, Великобританія, Німеччина та Австралія. До світових лідерів швидко наближається ряд інших країн Європи, а також Китай, Південна Корея, Індія, Таїланд, Японія, Бразилія, Мексика, Південна Африка та інші держави.

В Україні індустрія MICE-туризму сформувалась відносно недавно і зараз дуже стрімко розвивається. Високі стандарти сервісу в цій області в нашу країну привезли самі клієнти – зарубіжні компанії, які звикли до якісного обслуговування у себе вдома. В Україні вже Асоціація ділового туризму України BTA Ukraine – добровільне громадське неприбуткове об'єднання, яке об'єднує своїх членів (учасників) на підставі спільності інтересів для реалізації місії і цілей Асоціації. Місія Асоціації: об'єднати зусилля професіоналів індустрії ділового туризму та MICE для створення умов ефективного розвитку галузі в Україні. Загалом Асоціація об'єднує компанії, які займаються MICE та надає їм підтримку.

Загалом можна зазначити, що в Україні event-менеджмент тільки набирає оберти. Потрібен час, щоб з'явилися заклади підготовки професіоналів, виникла потреба у людей в отриманні нестандартного якісного продукту сфери event, а також розуміння, що це перспективний бізнес.

Таким чином, event-менеджмент – це насамперед інструмент маркетингових комунікацій. Розуміти дане поняття слід ширше, ніж просто організація заходів. Заходи

event-менеджменту спрямовані не тільки на просування товарів і послуг підприємства, але і його самого. Event-менеджмент дозволяє формувати імідж підприємства, лояльність клієнтів, залучати нових партнерів. Спектр застосування інструментів event-менеджменту досить широкий. Event-менеджмент – перспективний напрямок, що дозволяє компаніям підвищити рівень конкурентоспроможності на ринку, збільшити прибуток і рівень лояльності клієнтів і партнерів.

Список використаних джерел:

1. Азарова Ю. А. Event-технології [Електронний ресурс] / А. Ю. Азарова. – Праці Санкт-Петербурзького державного університету культури і мистецтв. – 2012. – Режим доступу: <http://cyberleninka.ru/article/n/event-tehnologii-i-sobytiynost-problemy-innovatsionnogo-razvitiya>
2. Андрєєв В. І. Саморозвиток менеджера / В. І. Андрєєв. – М.: Нар. Освіта, 2007. – 430 с.
3. Архангельський Г. В. Тайм-драйв: [навчальний посібник] / Г. В. Архангельський. – М.: «Дашков і Ко», 2008. – 256 с.
4. Архіпов В. В. Організація ресторанного господарства: [навчальний посібник] / В. В. Архіпов. – К.: Центр учбової літератури; Фірма «Інкос», 2007. – 280 с.
5. Денисенко А. Ю. Event-менеджмент та event-маркетинг [Електронний ресурс] / А. Ю. Денисенко. – Комерційний директор. – 2006. – Режим доступу: <http://www.eventum-premo.ru/event-management-and-event-marketing>
6. Демідова Є. М. На порозі нової ери event-індустрії [Електронний ресурс] / Є. М. Демідова. – Event.ru. – 2016. – Режим доступу: <http://event.ru/trips/na-poroge-novoy-eryi-event-industrii/>
7. Шумович А. Менеджмент. – СПб.: Инфра, 2009. – 254 с.

Karpyuk O.A., Syngayevska A.O. Event- management in tourism: world experience and prospects for Ukraine.

The article analyzes the system of event-management practice in the world and the possibility of its application in the field of tourism in Ukraine. Outlined promising areas and threats of event-management in the Ukrainian realities.

Keywords: event- management, tourism industry, economic efficiency, measures event- management

Карпюк О.А., Сингаевская А.О. Event- менеджмент в туристической отрасли: мировой опыт и перспективы для Украины.

В статье анализируются система организации event-management в мировой практике и возможности ее применения в сфере туристического бизнеса в Украине.

Определены перспективные направления и угрозы развития event-management в украинских реалиях.

Ключевые слова: event- менеджмент, туристическая отрасль, экономическая эффективность, мероприятия event- менеджмента.