

ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТКУ ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ

<https://doi.org/>

© Мисик В. М., 2021

У статті досліджено вітчизняний та зарубіжний досвід щодо особливостей формування та розвитку івент-менеджменту та івент-індустрії загалом. Розглянуто особливості історичного ракурсу розвитку івент-менеджменту. Охарактеризовано стан світового ринку івент-індустрії та здійснено порівняльний аналіз із його станом на вітчизняних теренах. Досліджено зміни івент-індустрії під впливом COVID-19. Розглянуто основні проблеми івент-індустрії та проаналізовано перспективи подальшого розвитку івент-менеджменту в Україні.

Ключові слова: івент-менеджмент, івент, менеджмент, івент-індустрія, діловий туризм, івент-ринок, туризм, індустрія розваг, ринок івент-технологій

Постановка проблеми

Темпи розвитку івент-індустрії зростають з кожним роком. На світових теренах на сьогодні доволі складно уявити існування будь-яких сфер бізнесу без застосування в них івент-інструментів та івент-заходів. Ціль івент-менеджменту – досягнення конкретних результатів, включаючи ті, що стосуються культури, суспільства, навколишнього середовища та економіки. Як окремий вид управлінської діяльності івент-менеджмент почав розглядатися лише нещодавно, адже до цього спостерігалися лише певні прояви його як складової соціально-культурного розвитку, розваг, маркетингу, політичної діяльності тощо. Можна зауважити, що зараз івент-менеджментом займаються не лише безпосередньо представники івент-індустрії, для яких сам івент є їх основним продуктом діяльності, але також і підприємства, що здійснюють інші види діяльності у найрізноманітніших сферах. У процесі свого історичного розвитку івент-менеджмент зазнав ряду змін, які й забезпечили формування та розвиток його до сучасного стану. Саме усвідомлення даних змін та деталізоване вивчення вітчизняного та зарубіжного досвіду допоможуть сучасному підприємцю сформувати та розвинути найбільш оптимальний та максимально ефективний івент-менеджмент, що відповідатиме вимогам як середовища загалом, так і конкретного підприємства та забезпечуватиме досягнення управлінських цілей.

Аналіз останніх досліджень та публікацій

Дослідженнями формування та розвитку івент-менеджменту та івент-індустрії займаються велика кількість вітчизняних та іноземних експертів, а також дослідних інституцій. Зокрема Experience Institute щорічно здійснює аналіз індустрії розваг щодо її ефективності в маркетингових цілях, а також здійснює порівняльний аналіз вподобань споживачів івент-послуг з різних країн світу. Інститут наголошує на тому, що саме завдяки івент-менеджменту багато компаній мають змогу з швидкими темпами розширювати свій вплив на ринку і навіть захоплювати нові сфери [6]. Allied Market Research на основі щорічних даних подає звіт про стан івент-ринку на конкретний момент та прогнозує стрімкий ріст даного ринку, вважаючи, що показник сукупного середньо-

річного темпу росту CAGR досягне 11,2% в період з 2021 по 2028 рр [4, 5]. Mordor Intelligence займається дослідженням ринку івент-технологій та прогнозуванням тенденцій росту даного ринку [8]. Іноземний аналітик Singh Akanksha дослідив найбільші музичні фестивалі планети та особливості їх організації [10]. На вітчизняному ринку Григоренко М. здійснив аналіз головних музичних фестивалів в Україні та їх перспективність [1]. Policy Studies Institute провів численні дослідження мистецьких фестивалів та культурних трендів Європи [9]. Дані дослідження повинні проводитись регулярно, беручи до уваги велику мінливість галузі та вплив на неї таких факторів як світова пандемія, закритість кордонів, обмеженість пересування та змінність смаків споживачів.

Постановка цілей дослідження

Мета дослідження – проаналізувати вітчизняний та зарубіжний досвід формування та розвитку івент-менеджменту. Для досягнення поставленої мети сформульовано такі завдання: розглянути історичний ракурс розвитку івент-менеджменту, проаналізувати основні етапи становлення івент-менеджменту, розглянути особливості розвитку івент-індустрії в світових масштабах, здійснити порівняльний аналіз зарубіжного та вітчизняного досвіду формування та становлення івент-індустрії, виокремити основні проблеми івент-індустрії, дослідити зміни івент-індустрії під впливом COVID-19.

Виклад основного матеріалу дослідження

Чимало подій, які сьогодні сприймаються як належне, відбуваються в тій чи іншій формі протягом сотень років. Найдавнішим проявом івент-менеджменту було організування різноманітних подій та зібрань людей, які перш за все сприяли посиленню миру і дружби між племенами та кланами. Сюди входять різноманітні ярмарки, фестивалі, спортивні події, виставки та інші форми публічного святкування.

Платформа івент-менеджменту LocalHор стверджує, що розглядати становлення івент-менеджменту слід ще з часів Стародавнього Єгипту і аж до сьогодення, коли він все ще продовжує розвиватися. LocalHор стверджує, що першим історично відомим івент-організатором була Клеопатра. Ціллю її заходів був пошук чоловіка для романтичних стосунків. Вона – Цариця – використовувала й різні інструменти та технології при створенні ідеального івенту для досягнення своїх цілей. Для прикладу, плывучи по річці Ніл на човні, наповненому свічками та парфумами, Клеопатра бажала справити незабутнє враження на Марка Антонія, роблячи подію першим кроком своєї так-званої “маркетингової кампанії”. Клеопатрівський івент-менеджмент містив елементи управління персоналом – робочою силою – яка допомагала здійснити задум, хоча спілкування з підлеглими було дуже обмеженим. Повідомлення передавались вручну, і їх перенесення могло зайняти тижні, а то й місяці, що значно уповільнювало процес [7].

Використання елементів івент-менеджменту продовжувалося середньовічними французькою знаттю та високопоставленими особами при розробленні вечірок та розважальних заходів у ті часи [7]. Серед цілей івент-менеджменту епохи середньовіччя, окрім розваг та веселого проведення часу, були також розвиток політичних стосунків, соціально-культурний розвиток певних верств населення, міжнародні відносини та їх зміцнення. Організування заходів здійснювали зазвичай багаті аристократичні жінки, а вже участь в них брали чоловіки. Найвизначнішою постаттю тогочасного івент-менеджменту були мадам Помпадур, коханка французького короля Людовіка XV, та французька королева Марія Антуанетта. Вечірки були тематичними з костюмами та популярними музикантами [7].

Промислова революція створила потребу в тому, щоб кількість зустрічей та заходів збільшувалась, а їх масштаби розширювались і виходили за межі звичайних вечірок королівських осіб та знаті. Індустріалізація забезпечила посилення економіки багатьох країн та збільшення обсягів виробництва і збуту продукції. Цей період став початком швидкого розвитку багатьох сфер бізнесу. Бізнесменам і впливовим людям стало необхідним організовувати зустрічі та заходи, щоб

співпрацювати і розвивати свій бізнес, шукати партнерів та нові можливості, а також посилювати свій вплив і значимість на ринку. Населення стало заробляти більше грошей, а це означало, що вони могли витратити більше на проведення заходів. Розвиток транспорту та розширення транспортних сполучень дало можливість збільшити кількість організованих заходів та зустрічей в різних точках планети. Нові види транспорту, такі як поїзди, дали змогу людям здійснити подорож до події та з неї значно швидше і комфортніше [7].

Наближення до сучасного івент-менеджменту відбулося після впровадження мобільних телефонів та Інтернету, які мали величезний вплив на перебіг процесів організування і планування подій. За допомогою новітніх технологій та електроніки спілкування між учасниками івент-менеджменту може відбуватися у будь-який час доби та з будь-якої точки світу. Івент-менеджер може створювати, планувати, документувати та координувати подію за допомогою одного невеликого портативного пристрою.

Івент-менеджмент створений для досягнення конкретних результатів, включаючи ті, що стосуються економіки, культури, суспільства та навколишнього середовища. Планування заходів передбачає розробку та реалізацію тематики, налаштувань, витратних матеріалів, послуг і програм, які формують певні знання та досвід для учасників, гостей, глядачів та інших зацікавлених сторін. Кожен досвід від події є особистим та унікальним, що впливає з взаємодії тематики, івент-налаштувань, програми і виконавців.

Лише нещодавно івент-менеджмент почав розглядатися як окремий вид управлінської діяльності, адже до цього це були лише певні прояви його як складової маркетингу, соціально-культурного розвитку, політичної діяльності чи розваг. Зараз івент-менеджментом займаються не лише безпосередньо представники івент-індустрії, основним продуктом діяльності яких і є івенти, але й підприємства, що здійснюють різні види діяльності у різних сферах. Часто суб'єкти господарювання мають в своєму штаті працівників івент-менеджера або ж навіть окремий підрозділ, який функціонує паралельно із рештою підрозділів організації.

У процесі свого розвитку івент-менеджмент зазнав й інших суттєвих змін, які допомогли йому формуватись та розвинутись до сучасного його стану (табл. 1).

Міжнародний ринок івент-індустрії розвивається швидшими темпами, ніж український. Чимало великих суб'єктів господарювання акцентують свою увагу на більш масштабних глобальних заходах, які забезпечують досягнення різноманітних управлінських цілей. Для прикладу, фестивалі використовують для розвитку бренду компанії, розширення впливу на ринку, пошуку нових споживачів та партнерів. На рівні держави – це політичні цілі, соціо-культурний розвиток, бренд держави чи міста.

Розповсюдженими заходами в сучасному бізнес-середовищі є ділові та торгові події. Основною їхньою метою є сприяння посиленню впливу, презентування на ринку чи безпосереднє залучення до комерції різноманітних структур та індивідів для забезпечення виконання корпоративних цілей. Форуми, ярмарки, торгові та споживчі виставки чітко базуються на продажі продукції, технологій, контактів та знань. Світові ярмарки або експозиції представляють національний ринок та сприяють міжнародній торгівлі та туризму. Зустрічі й конвенції здебільшого пов'язані із діяльністю асоціацій та корпорацій і можуть включати навчання, формування моральних цінностей та політики. Окремі компанії створюють або спонсорують чимало видів заходів як для внутрішніх цілей (наприклад, тренінгів), так і з зовнішньою орієнтацією (наприклад, урочисті відкриття, експонати та продажі товарів і послуг на фестивалях тощо). Загалом сьогодні у світі виокремлюється низка найпопулярніших спеціалізованих виставок(табл. 2).

Термін “фестиваль” вживається уже сотні років і може бути використаний для висвітлення чималої кількості подій. Інститут політичних досліджень зазначає, що фестиваль традиційно був часом святкування, розслаблення та оздоровлення, яке часто проводилося після періоду важкої фізичної праці, посіву чи збирання врожаю. Істотною особливістю цих фестивалів було святкування знакового дня чи підтвердження згуртованості населення та культури. Художній зміст таких подій – мінливий, для багатьох з них характерний релігійний чи ритуальний аспект. Однак, такі риси святкування, як музика, танець та драматургія, були важливими у всі часи [9].

Історичний ракурс розвитку івент-менеджменту

№ з/п	Порівняльні характеристики	“Старий” івент-менеджмент	Сучасний івент-менеджмент
1	Реєстрація та документування івент-менеджменту	До 1990-2000-х років організаторам заходів доводилося застосовувати рукописні процеси реєстрації і всі документи надсилались “фізичною” поштою. Це могло зайняти кілька днів, щоб дістатися до потрібного місця, і документи легко можна було втратити	На сьогодні документи можна миттєво надіслати електронною поштою або завантажити у буфер обміну, а реєстраційні форми можна заповнити в режимі онлайн
2	Розташування заходу та розміщення учасників	Перед появою Інтернету організатори та учасники повинні були давати й використовувати значну кількість інструкцій та фізичну мапу, щоб знайти місце події; тим самим цей процес ставав важким та напруженим	Завдяки появі таких геопошукових систем, як Google Maps, варто лише ввести назву місця призначення, щоб отримувати покрокові вказівки, як туди дістатися
3	Запрошення учасників та облік присутніх	До появи соціальних мереж івент-організаторам необхідно було розіслати окремі “фізичні” запрошення всім потенційним учасникам, зателефонувати кожному окремо, щоб перепитати, хто планує відвідати захід, а також під час самого заходу проводити процедуру реєстрації та обліку присутніх	За допомогою веб-сайтів, соціальних мереж та інших мобільних аплікацій організатори можуть з легкістю контактувати із аудиторією, надавати необхідну інформацію, а також побачити, хто саме зацікавлений у заході чи відвідає його. Завдяки мобільним пристроям облік присутніх відбувається легко та без особливих затрат часу
4	Реклама та пошук подій	До появи Інтернету рекламні листівки, плакати та повідомлення з уст в уста були популярними способами реклами подій	Сьогодні люди можуть шукати цікаві для них події, використовуючи веб-сайти та онлайн пошукові ресурси, такі як Instagram, Facebook та інші. Користувачі можуть вводити своє місцезнаходження та знаходити сотні подій, про які вони, можливо, навіть не підозрювали

Примітка: сформовано автором на основі джерела [7]

Перелік найпопулярніших спеціалізованих виставок у світі

№	Назва виставки	Місце проведення	Напрямок
1.	Fastighetsmässan	Швеція, м. Мальме	Нерухомість
2.	BAI Retail Delivery	США, м. Бостон	Банківська справа
3.	European Corporate Aviation Summit (ECAS)	Мальта	Аерокосмічні технології, авіація
4.	Texworld Paris	Франція, м. Париж	Мода та текстиль
5.	Gulfood	ОАЕ, м. Дубай	Харчова промисловість
6.	MEDICA	Німеччина, м. Дюссельдорф	Медицина та фармацевтика
7.	Toronto Gift Fair	Канада, м. Торонто	Мистецтво і ремесла
8.	China International Internet of Things Exhibition	Китай, м. Шеньчжень	Інформаційні технології
9.	Intersec	ОАЕ, м. Дубай	Здоров'я, безпека та захист
10.	Los Angeles Fitness Expo	США, м. Лос-Анджелес	Спорт та здоров'я

Примітка: сформовано автором на основі джерела [12]

Загалом найрозповсюдженіші масштабні фестивалі, які відбуваються сьогодні, можна поділити на культурні, святкові, музичні, релігійні, спортивні, соціальні та інші. Найбільшою популярністю користуються музичні фестивалі. Їх відвідує значна кількість людей з усього світу. Процес івент-менеджменту при цьому дещо полегшений появою значної кількості електронних засобів, смарт техніки та програм, які допомагають швидше проаналізувати перебіг подій і оперативно ухвалювати управлінські рішення.

Світова івент-індустрія має великий досвід проведення масштабних музичних фестивалів, перші з яких з'явилися ще на початку XX ст. Список наймасштабніших з них наведено у табл. 3.

Таблиця 3

Найбільші щорічні музичні фестивалі світу 2019 р.

№ з/п	Назви заходів	Місця проведення	Інформація про захід
1.	Donauinselfest	Австрія, м. Відень	Музичний фестиваль
2.	Mawazine	Марокко, м. Рабат	Тижневий музичний фестиваль в рамках культурної ініціативи просування Рабата
3.	Montreal International Jazz Festival	Канада, м. Монреаль	Найбільший джазовий фестиваль у світі.
4.	Summerfest	США, шт. Вісконсіс, м. Мілуокі	Щорічний 11-денний культурний та музичний фестиваль на березі озера Мічиган.
5.	Woodstock (ребрендинг Pol'and'Rock)	Польща, м. Костшин-над-Одрою	Музичний фестиваль, є одним з найбільших фестивалів під відкритим небом у Європі.
6.	Rock in Rio	Бразилія, м. Ріо-де-Жанейро	Найбільший музичний рок-фестиваль в Бразилії.
7.	Sziget	Угорщина, м. Будапешт	Дворазовий переможець звання “Кращий великий європейський фестиваль”.
8.	Essence Music Festival	США, м. Новий Орлеан	Сьогодні це найбільше свято афро-американської культури та музики в американців.
9.	New Orleans Jazz and Heritage Festival	США, м. Новий Орлеан	Щорічний фестиваль музики та мистецтва, джазу та культурної спадщини Нового Орлеану.
10.	Electric Daisy Carnival (EDC)	США, м. Лас Вегас	Це фестиваль електронної танцювальної музики, інтерактивні мистецькі інсталяції.

Примітка: сформовано автором на основі джерела [10]

Український івент-менеджмент розвивається значно повільніше, ніж світовий. Досі лише невелика кількість компаній використовує в своїй роботі елементи івент-менеджменту для сприяння основному виду діяльності. Лише деяких підприємствах існують івент-менеджери чи підрозділи, які займаються івент-менеджментом. На рівні держави Україна має теж дещо менший досвід в організуванні великих культурних та соціальних подій у порівнянні із світовими лідерами в івент-індустрії. Проте все ж на сьогодні існує багато заходів, які організовуються на території нашої держави. До них належать музичні фестивалі, наукові конференції, торговельні виставки, міжнародні саміти, освітні семінари, концерти, соціальні та політичні виступи, економічні форуми та багато інших. Всі ці заходи сприяють зміцненню економіки країни, міжнародній співпраці, соціально-культурному та освітньому розвитку населення.

Більшість організованих заходів в Україні в межах івент-індустрії присвячуються поширенню традицій та культурних особливостей країни серед молоді. Серед них і виступи українських

виконавців, Різдвяний ярмарок, Великодне святкування, фестиваль шоколаду, книжкові форуми, фестивалі українських народних інструментів, фольклорно-етнографічні фестивалі, туристичні ярмарки, заходи присвячені здоров'ю нації та інші.

Як і на світових теренах, так і в Україні найбільшою популярністю користуються музичні фестивалі. Це і рок музика, і народна пісня, і джазові композиції, класика та багато іншого (табл. 4).

Таблиця 4

Основні музичні фестивалі України 2019 р.

№ з/п	Назви заходів	Місця проведення	Дати проведення	Вартість квитків
1.	Ostrov Festival	Київ	15-17 червня	1300-2999 грн. на день
2.	Leopolis Jazz Fest	Львів	26-30 червня	вхід на більшість подій фестивалю вільний, платні зони – 450 до 1800 грн/день
3.	Atlas Weekend	Київ	9-14 липня	1050-6500 грн. на день
4.	UPark Festival	Київ	16-18 липня	1499-6099 грн. на день
5.	Faine Misto	Тернопіль	25-28 липня	810-2600 грн. на день
6.	BezViz Festival	Дніпро	2-4 серпня	690-1000 грн. на день
7.	Zaxid Fest	с. Родатичі	16-18 серпня	1100 грн. триденний абонемент
8.	Brave! Factory Festival	Київ	24-25 серпня	45 євро дводенний абонемент
9.	Rock In Kyiv	Київ	23 червня	Вхід вільний
10.	Electric Meadow 2019	Львівська область	20 липня	Вхід вільний

Примітка: сформовано автором на основі джерела [1]

Крім музичних фестивалів, в Україні стали частіше проводити освітні форуми, торговельні виставки, міжнародні туристичні зібрання, що має позитивний вплив на залучення додаткових інвестицій в країну, а також для посилення міжнародної співпраці. Розвиток МІСЕ сектору виводить український івент-менеджмент на новий рівень, коли бізнес вже не може від'єднано функціонувати від івент-ринку. Для успішного ведення МІСЕ необхідна велика кількість якісного та зручного приміщення, для проведення ділових подій.

Проаналізувавши український ринок івент-індустрії, доцільно зауважити, що в нашій країні є достатньо багато конференц-залів, великих арен, холів та інших приміщень, а також цікавої території під відкритим небом для проведення різних видів івентів. Лише, як приклад, у м. Львові станом на 01.02.2021 р. розміщено 5 готелів 5* та 20 готелів 4*. Саме такий рейтинг користується найбільшою популярністю серед споживачів послуг ділового туризму. У табл. 2.5 наведено перелік чотирьох- та п'ятизіркових готелів м. Львова, а також вказано наявність чи відсутність у них конференц-залів.

Отже, за даними табл. 2.5 можна сказати, що всі 5* готелі Львова мають конференц-зали, а ось серед 4* готелів лише 9 із 20. Загалом згідно даних Конференц-Сервіс в Україні у Львові нараховується близько 150 закритих конференц-залів, що можуть вмістити від 30 до 10000 осіб [3].

Окрім конференц-залів в готелях, також у Львові є “Арена Львів”. Саме вона вміщає у собі вісім закритих конференц-залів з особливими характеристиками як щодо розміру, так і призначення площ. Найменший зал займає площу 28 кв.м., а найбільший – близько 1700 кв. м.. Зали вміщають від 12 до 1200 одночасно присутніх відвідувачів. Ці дані дають змогу зробити висновок, що Львів має можливості прийому як невеликих груп бізнес-подорожуючих, так і може прийняти масштабні заходи чи виставки [3].

В двох інших найбільших та найвпливовіших у сфері ділових поїздок містах України – Одеса та Харків – ситуація дещо інша. Зокрема, в Харкові розміщено близько 50 закритих кон-

ференц-залів, що можуть вмістити від 30 до 1000 осіб. Це не дає змогу провести надвеликі бізнес-заходи, якщо є необхідність у закритих площах. Своєю чергою, в Одесі нараховується понад 200 закритих конференц залів з кількістю місць від 25 до 1000 [3].

Таблиця 5

Готелі міста Львова за рейтингом 4-5*

№ п/п	Назва готелю	Рейтинг, зірок	Конференц зал
1	BANKHOTEL	5	є
2	Nobilis Hotel	5	є
3	Grand Hotel Lviv Luxury&Spa	5	є
4	Citadel Inn Hotel	5	є
5	Leopolis Hotel	5	є
6	Panorama Lviv Hotel	4	є
7	Атлас Делюкс Готель	4	є
8	Astoria Hotel	4	є
9	Готель Швейцарський	4	є
10	Готель Шопен	4	є
11	LH Hotel&Spa	4	немає
12	Конференц-готель Супутник	4	є
13	Вінтаж Бутік Готель	4	немає
14	Sunny Hotel	4	немає
15	Reikartz Medievale Lviv	4	є
16	Delice	4	немає
17	Готель Райське яблуко	4	немає
18	Бутік Готель Еней	4	немає
19	Masoch. Hotel & Cafe	4	немає
20	Бухта Бікінгів	4	є
21	FERENC Hotel & Restaurant	4	немає
22	Taurus Hotel & SPA	4	є
23	Gruner Lviv Boutique hotel	4	немає
24	Бутік Готель Кавальєр	4	є
25	Premier Hotel Dnister	4	є

Примітка: сформовано автором на основі дослідження

В столиці України ситуація у цьому сегменті найсприятливіша. Так, на території м. Києва розташовано близько 400 закритих конференц-залів, які розраховані на різну кількість гостей – починаючи від малих аудиторій на 25-60 осіб і завершуючи масштабними виставковими площами, що вміщують до 15000 осіб. Це дає можливість столиці прийняти широку аудиторію зацікавлених споживачів [3].

Ринок івент-індустрії стає все більш привабливим для представників різних сфер бізнесу. Згідно даних маркетингової платформи Allied Market Research розмір ринку івент-індустрії оцінювався в 1135,4 млрд. доларів у 2019 р., і очікується, що до 2028 р. світовий ринок цієї індустрії досягне 1552,9 млрд. доларів, при цьому показник сукупного середньорічного темпу росту CAGR досягне 11,2% в період з 2021 по 2028 рр. Згідно Allied Market Research, в світі ключовими зацікавленими сторонами на ринку подій є перш за все великі корпорації, громадські організації та неурядові організації NGO [4].

На сьогодні масштабні музичні концерти та виступи різних виконавців та медійних осіб приваблюють все більшу кількість населення, особливо молодь та людей середнього віку, що й

сприяє зростанню розмірів івент-індустрії. Незважаючи на те, що продажі альбомів різко скоротились через технічний прогрес у способах відтворення музичних творів, зміна переваг артистів та виконавців у бік гастролей і проведення музичних концертів у різних місцях світу ще більше сприяла зростанню індустрії подій. Збільшення кількості таких музичних концертів та заходів створює нові можливості для промоутерів і брендів знайти підхід до сучасного споживача, який веде активний соціальний спосіб життя та відвідує концерти, виступи, фестивалі та інші урочистості.

До цього ж, за останні роки спортивні заходи стали більш комерціалізованими. Таким чином, спорт перетворився на важливий елемент маркетингової реклами для компаній, які організовують чи спонсорують ці заходи. Крім того, спонсорство від світових брендів, таких як Redbull, Monster Energy, Nike, Cocola для проведення великого глобального триденного фестивалю, а також для невеликих концертів або виступів у соціальних клубах чи на аренах, сприяють ще швидшому зростанню івент-індустрії. Більше того, впровадження найкращих у своєму класі технологій, які можуть впоратись із цією подією, сприяє зростанню галузі. Однак вищі бар'єри для входу та наявність альтернатив є одними з основних викликів на ринку. Навпаки, збільшення інвестицій в інфраструктуру та модернізацію технологій, таких як картографування проєкцій, що створює елементи доповненої реальності за допомогою проєкторів, а також брендів багатфункціональних додатків, які використовуються для продажу квитків, участі в опитуваннях у реальному часі, посприяли надшвидким темпам зростання обсягів ринку. Очікується, що ці фактори запропонують набагато ширші можливості для всіх гравців івент-індустрії.

Allied Market Research серед ключових гравців, що функціонують на глобальному івент-ринку, виділяє Access Destination Services, BCD Group (BCD Meetings & Events), ATPI Ltd., Riviera Events, Entertainment Asia, Live Nation Worldwide Inc., StubHub, Anschutz Entertainment Group, Pollstar, Cvent Inc., Capita Plc., Reed Exhibitions, Questex LLC, Outback Concerts, The Freeman Company, Penguins Limited, CL Events, Seven Events Ltd., Clarion Events Ltd та Versatile Event Management [4].

Світовий івент-менеджмент зазнав ще більш кардинальних змін після появи різноманітного програмного забезпечення івент-менеджменту. Згідно даних Mordor Intelligence, онлайн платформи івент-менеджменту, які функціонують завдяки висококласному програмному забезпеченню, повністю змінять погляд та структуру операцій в івент-менеджменті. Ринок технологій та програмного забезпечення для івент-менеджменту оцінювався у розмірі 8,144 млрд. доларів США у 2019 р., і очікується, що він досягне 14,94 млрд. доларів США до 2025 р. при річному темпі приросту 10,65% за прогнозований період 2020-2025 рр. Програмне забезпечення для івент-менеджменту стало стандартом як для великих, так і для малих компаній. Протягом останніх кількох років все більше професійних та позаштатних івент-організаторів посилювали попит на додатки та мобільні аплікації [8].

Факторами, що впливають на ріст ринку технологій івент-менеджменту згідно Mordor Intelligence, є значне збільшення за останнє десятиліття кількості організованих подій у розважальному, спортивному, ігровому та інших секторах та широке впровадження програмного забезпечення, яке може використовуватися для управління подіями від початку до кінця на основі як попереднього досвіду, так і за даними в режимі реального часу [5].

Оскільки івенти виявились чудовими маркетинговими каналами, продавці та маркетингові фірми все частіше шукають співпраці з івент-організаторами та фахівцями у сфері івент-менеджменту. Згідно з Social Tables, в недавньому опитуванні щодо розвитку івент-менеджменту 52% респондентів зазначили, що івент-маркетинг приносить їм більше значення для бізнесу, ніж інші канали маркетингу. Така статистика ще більше заохочує вихід нових гравців на ринок, збільшуючи попит на програмні рішення для івент-менеджменту на мобільній основі [11].

З покращенням економічного становища людей та розвитку бізнесу з'явилися різноманітні нововведення щодо івент-менеджменту. Великі компанії та консорціуми зосереджуються на

проведенні тематичних зустрічей і заходів у потенційно привабливих напрямках, щоб підвищити імідж свого бренду. На підставі досліджень Experience Institute, більш ніж 71% опитаних враховують пункт призначення у рішенні про участь у заходах. Крім цього, для 20-30% людей це є вирішальним фактором [6]. Постійно зростаюча кількість соціальних заходів, заходів для маркетингових цілей, бізнесових подій та інших видів івентів збільшують попит на програмне забезпечення для івент-менеджменту з неймовірною швидкістю.

Спалах COVID-19 по всьому світу, який зачепив десятки мільйонів людей у більш ніж 212 країнах, суттєво вплинув на ринок програмного забезпечення для івент-менеджменту, оскільки багато відомих та визнаних спортивних, культурних, бізнесових та політичних подій було відкладено чи скасовано. Це дало поштовх для розвитку онлайн платформ івент-менеджменту, які переносять процес проведення івентів з реального середовища у віртуальне.

Програмне забезпечення для івент-менеджменту і веб-сайти дають змогу створювати рекламні оголошення для різноманітних подій та заходів у професійному та зручному для користувача форматі. Реєстрація і продаж квитків відбувається швидко та в одному місці, що є доволі зручно, адже в стрімкому світі Інтернету час обмежений і цінний. Веб-сайти та додатки для івент-менеджменту економлять час, надаючи максимально широкий спектр інструментів та технологій управління подіями.

Програмне забезпечення для івент-менеджменту координує всі завдання та заходи для управління подіями, починаючи від простих марафонів, і завершуючи великими Олімпіадами. Ці завдання, як приклад, включають організування збуту та маркетингу, логістику, бухгалтерію та управління подорожами. Різні типи програмного забезпечення, такі як івент-планування, івент-маркетинг, маркетинг місць проведення заходів та продаж квитків, аналітика і звітність тощо, розглядаються в межах ринкової сфери. Кінцевими споживачами програмного забезпечення івент-менеджменту можуть бути як прості невеликі компанії, так і організатори на рівні держави задля досягнення корпоративних, політичних, освітніх, медіа, розважальних та інших цілей.

Найбільш значні зміни, до яких призвів розвиток технологій в івент-менеджменті – це можливість для особи чи організації мати більший контроль над івент-менеджментом, витратити на нього менше часу та отримуючи більше насолоди від самого процесу.

Пандемія внесла свої корективи у процес розвитку івент-індустрії, перш за все у вигляді блокування та поширення обмежень на поїздки. Світ стрімко переходить на віртуальний режим існування, а основні гравці івент-ринку все більше посилюють свою цифрову присутність. Тривалість спалаху вірусу залишається ключовим фактором для оцінювання загального впливу пандемії на ринок, однак за прогнозами Allied Market Research 2021 року галузь глобальних подій, ймовірно, стабілізується після 2023 р. Очікується, що рівень вакцинації, ефективність вакцин та паспорт вакцинації відіграватимуть значну роль у процесі реконструкції івент-галузі [4].

Якщо розглядати виключно українські реалії, то можна відкрито стверджувати, що ринок івент-послуг знаходиться в топі найбільш постраждалих від карантину згідно даних UBI Конференц Холл (2020). Експерти на разі не мають змоги однозначно оцінити збитки, яких завдала пандемія, проте вони є суттєвими. UBI Конференц Холл наводить інформацію про те, що країни Східної Європи згідно даних Bank of America виявилися найбільш уразливими для розгортання кризи 2020 р. Те ж видання прогнозує значне погіршення стану української економіки та її падіння щонайменше на 5,6% [13].

Згідно даних UBI Конференц Холл на сьогодні креативні і культурні індустрії перебувають на піку своєї вразливості. У своєму новому дослідженні аналітики дійшли до висновку, що близько 27% компаній через різні причини не мають жодної змоги перейти з реального режиму у віртуальний. Саме тому креативний івент-ринок в Україні на сьогодні є тимчасово замороженим, і питання – скільки часу це триватиме – залишається відкритим [13]. Щодо подій, проведення яких було заплановане в період карантинних обмежень, найчастіше застосовуються такі рішення: захід повністю скасовується, івент переноситься на невизначений час та захід трансформується в он-лайн подію (рис. 1).

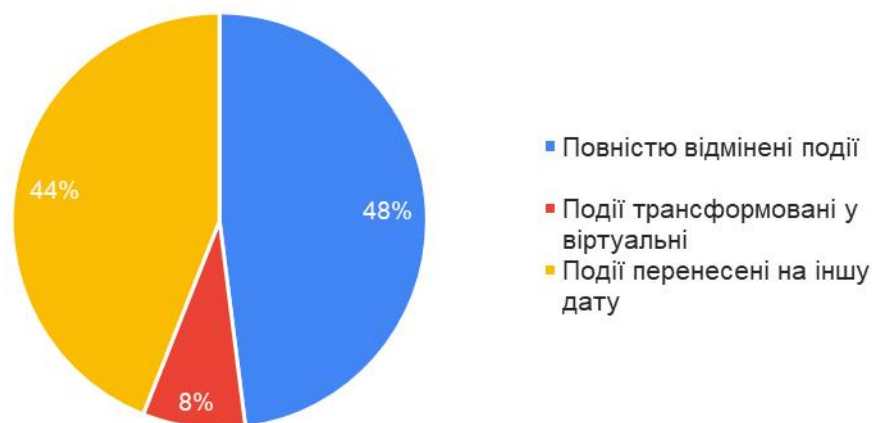


Рис. 1 Статистика змін в проведенні івент-заходів в Україні за 2020 рік

Примітка: сформовано за даними джерел [13]

Український івент-ринок, попри всі труднощі, намагається всіма силами втриматись “на плаву” – відбуваються зменшення внутрішніх бюджетів, пропонуються численні знижки та акції на попередні бронювання, ведуться переговори з партнерами про зниження цін на оренду приміщень, обладнання, на супутні послуги дизайнерів, відео-фото професіоналів і т.д. Проте все ж відбулися зміни, які вже неможливо повернути. Новітні технології, що забезпечують користувачів безперервним спілкуванням в реальному часі, MS Teams, Zoom, Google Classroom, Skype, а також месенджери, завоювали першість в сфері ведення переговорів, координування роботи, керування бізнесом та організування зустрічей. Їх можливості невичерпні і багато підприємців та власників бізнесу вже зрозуміли переваги такого “онлайн існування”. З ростом популярності віртуальних послуг та спілкування, які є дешевшими та доступними широким масам, вартість реальних продуктів та заходів значними темпами йде вгору. На разі підприємцям у івент-сфері потрібно бути дуже гнучкими та моніторити всі можливі тренди на ринку, а також не забувати вивчати попит та настрої споживачів івент-послуг. Перш за все, аудиторія очікує від представників івент-індустрії гарантій якості продукції та послуг, пропонованих на ринку, альтернативні варіанти участі в організованих подіях та заходах, зокрема можливість онлайн трансляцій, записів відео, віртуальна підтримка, онлайн букінг, а також повага та цінування здоров’я населення та їхнього особистого простору.

UBI Конференц Холл припускає, що в івент-індустрії в найближчому майбутньому спрацює так-званий “ефект пружини” – тривала відсутність попиту на ринку стимулює “пружину” до стискання і в певний момент попит з великими темпами піде вгору [13].

Висновки та перспективи подальших досліджень

Таким чином, можна стверджувати, що на сьогодні івент-ринок в Україні знаходиться на достатньо низькому рівні розвитку в порівнянні з зарубіжними країнами. Навіть не беручи до уваги ситуацію з пандемією, івент-ринок в Україні має багато інших прогалин, як відсутність на ринку єдиної площадки чи платформи для комунікації агентств індустрії, нестача кваліфікованих кадрів з питань івент-менеджменту, неготовність українського споживача до креативних рішень, першочергова оцінка клієнтом ціни послуги, а не наповнення та оригінальності сюжету, нечесні тендери з мінімальними термінами на підготовку, з відсутністю особистих зустрічей та офіційних знайомств із замовниками, відсутність розуміння поняття івент-культури – багато часу затрачається щоразу на пояснення клієнтові всієї базової інформації – що таке захід, що таке сценарій заходу тощо [2]. Причиною більшості з цих проблем є низький рівень обізнаності щодо питань івент-менеджменту, яка призводить до нерозуміння базових концепцій його побудови на підприємствах. Беручи приклад з досвіду країн Європи, Північної та Південної Америки, Україна має всі шанси

досягти успіх в даній сфері, проте для цього потрібно докласти чималих зусиль та здійснити ряд перетворень в сфері.

Список використаних джерел

1. Григоренко М. Головні музичні фестивалі літа 2019 в Україні. УНІАН: Інформаційне агентство. URL: <https://www.unian.ua/tourism/wheretogo/10570530-vpered-za-muzikoyu-ta-emociyami-golovni-festivali-koncerti-ta-inshi-rozvagi-lita-2019-v-ukrajini.html>. (Дата звернення 9 січня 2021).
2. Івент-індустрія в Україні: проблеми, перспективи, возможности. URL: <https://www.work.ua/articles/career/1245/>. (Дата звернення 2 березня 2021).
3. Конференц-сервіс в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://conference-service.com.ua/confhall/search_res/region/16/. (Дата звернення 2 березня 2021).
4. Allied Market Research. Event Industry Size, Share&Trends. Analysis Forecast 2021-2028 URL: <https://www.alliedmarketresearch.com/events-industry-market>. (Дата звернення 11 березня 2021).
5. Allied Market Research. Global Opportunity Analysis and Industry Forecast, 2019–2026 URL: <https://www.alliedmarketresearch.com/events-industry-market>. (Дата звернення 9 січня 2021).
6. Experience Institute. Event Management. URL: <https://expinstitute.com/about>. (Дата звернення 11 лютого 2021).
7. LocalHop – Event Management Platform. A Brief History of Event Management: Event Planning Then and Now. URL: <https://getlocalhop.com/a-brief-history-of-event-management-event-planning-then-and-now>. (Дата звернення 11 лютого 2021).
8. Mordor Intelligence. Event management software market – growth, trends, forecasts (2020 – 2025) URL: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/event-management-software-market>. (accessed 11 February 2021).
9. Policy Studies Institute (PSI) (1992). Arts Festivals. Cultural Trends, vol. 15. London, Policy Studies Institute.
10. Singh Akanksha. The Biggest Music Festivals On The Planet. Far&Wide. URL: <https://www.farandwide.com/s/biggest-music-festivals-ca71f3346443426e>. (Дата звернення 9 січня 2021).
11. Social Tables. Event Diagramming. URL: <https://www.socialtables.com/event-services-solution>. (Дата звернення 2 березня 2021).
12. Top 100 Events. URL: <https://10times.com>. (Дата звернення 2 березня 2021).
13. UBI Конференц Холл. ЯК УКРАЇНСЬКИЙ РИНОК EVENT ПОСЛУГ ПЕРЕЖИВАЄ КРИЗУ 2020 РОКУ. URL: <https://ubi-hall.com.ua/uk/2020/05/14/yak-ukrayinsky-rynok-event-posluh-perezhyvaye-kryzu-2020-roku/>. (Дата звернення 2 березня 2021).

Reference

1. Grygorenko M. Golovni musychni festyvali lita 2019 v Ukraini. IUNIAN: Informacyne agentstvo. [The main music festivals of summer 2019 in Ukraine. UNIAN: Information agency] Retrieved from: <https://www.unian.ua/tourism/wheretogo/10570530-vpered-za-muzikoyu-ta-emociyami-golovni-festivali-koncerti-ta-inshi-rozvagi-lita-2019-v-ukrajini.html>. (accessed 9 January 2021). (in Ukrainian).
2. Ivent industiya v Ukraini: problem, perspektivy, vozmozhnosti. [Event industry in Ukraine: problems, prospects, opportunities] Retrieved from: <https://www.work.ua/articles/career/1245/>. (accessed 2 March 2021). (in Russian).
3. Konferens servis v Ukraini. [Conference service in Ukraine] Retrieved from: https://conference-service.com.ua/confhall/search_res/region/16/. (accessed 2 March 2021). (in Russian).
4. Allied Market Research. Event Industry Size, Share&Trends. Analysis Forecast 2021-2028 Retrieved from: <https://www.alliedmarketresearch.com/events-industry-market>. (accessed 11 March 2021).
5. Allied Market Research. Global Opportunity Analysis and Industry Forecast, 2019–2026 Retrieved from: <https://www.alliedmarketresearch.com/events-industry-market>. (accessed 9 January 2021).
6. Experience Institute. Event Management. Retrieved from: <https://expinstitute.com/about>. (accessed 11 February 2021).
7. LocalHop – Event Management Platform. A Brief History of Event Management: Event Planning Then and Now. Retrieved from: <https://getlocalhop.com/a-brief-history-of-event-management-event-planning-then-and-now>. (accessed 11 February 2021).

8. Mordor Intelligence. Event management software market – growth, trends, forecasts (2020 – 2025) Retrieved from: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/event-management-software-market>. (accessed 11 February 2021).
9. Policy Studies Institute (PSI) (1992). Arts Festivals. Cultural Trends, vol. 15. London, Policy Studies Institute.
10. Singh Akanksha. The Biggest Music Festivals On The Planet. Far&Wide. Retrieved from: <https://www.farandwide.com/s/biggest-music-festivals-ca71f3346443426e>. (accessed 9 January 2021).
11. Social Tables. Event Diagramming. Retrieved from: <https://www.socialtables.com/event-services-solution>. (accessed 2 March 2021).
12. Top 100 Events. Retrieved from: <https://10times.com>. (accessed 2 March 2021).
13. UBI Konferens holl. YAK UKRAIINSKY RYNOK EVENT POSLUG PEREZHYYVAIE KRYZU 2020 ROKU. [UBI Conference Hall. HOW THE UKRAINIAN EVENT SERVICES MARKET IS EXPERIENCING THE CRISIS OF 2020] Retrieved from: <https://ubi-hall.com.ua/uk/2020/05/14/yak-ukrayinsky-rynok-event-posluh-perezhyvaye-kryzu-2020-roku/>. (accessed 2 March 2021). (in Ukrainian)

V.M. Mysyk

Lviv Polytechnic National University

DOMESTIC AND FOREIGN EXPERIENCE OF EVENT MANAGEMENT ESTABLISHMENT AND DEVELOPMENT

© Mysyk V.M., 2021

The articles study domestic and foreign experience on the peculiarities of the formation and development of event management and event industry in general. Peculiarities of the historical perspective of event management development are considered. The state of the world inventory market is characterized and a comparative analysis with its state in the domestic territory is carried out. The change of the inventory industry under the influence of COVID-19 is investigated. The main problems of the event industry are considered and the prospects for further development of event management in Ukraine are analyzed.

The pace of development of the event industry is growing every year both in Ukraine and in the world. It is quite difficult today to imagine the existence of any area of business without the use of event management tools and its methods. The goal of event management is to achieve concrete results, including those related to culture, society, environment and economy. Event management has only recently begun to be considered as a separate type of management activity, as previously only certain manifestations of it as a component of socio-cultural development, entertainment, marketing, political activity, etc. were observed. Many of the events that are now taken for granted, occurring in one form or another for hundreds of years. It can be noted that now event management is carried out not only directly by representatives of the event industry, for which the event itself is their main product, but also by companies engaged in other activities in various fields. In the process of its historical development, event management has undergone a number of changes, which ensured its formation and development to the current state. The COVID-19 pandemic has made adjustments to the development of the event industry, primarily in the form of blocking and extending travel restrictions. The world is rapidly moving to a virtual mode of existence, and major players in the event market are increasingly enhancing their digital presence. Current situation gave impetus to the development of online event management platforms that transfer the process of events from a real environment to a virtual one. Awareness of these changes and detailed study of domestic and foreign experience will help the modern entrepreneur to form and develop the most optimal and most effective event management that will meet the requirements of both the environment as a whole and a particular enterprise and ensure the achievement of its management goals.

Key words: event management, event, management, event industry, business tourism, event market, tourism, entertainment industry, event technology market