

ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТКУ ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ

<https://doi.org/10.23939/smeu2021.01.039>

© Мисик В. М., 2021

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 його стану 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 сьогодні доволі складно уявити існування будь-яких сфер бізнесу без застосування у них івент-інструментів та івент-заходів. Ціль івент-менеджменту – досягнення конкретних результатів, ураховуючи ті, що стосуються культури, суспільства, навколишнього середовища та економіки. Як окремий вид управлінської діяльності івент-менеджмент почали розглядати лише нещодавно, адже до цього спостерігалися лише певні прояви його як складової соціально-культурного розвитку, розваг, маркетингу, політичної діяльності тощо. Можна зауважити, що нині івент-менеджментом займаються не лише безпосередньо представники івент-індустрії, для яких сам івент є їх основним продуктом діяльності, але також підприємства, що здійснюють інші види діяльності у найрізноманітніших сферах. Упродовж свого історичного розвитку івент-менеджмент зазнав низки змін, які й забезпечили формування та розвиток його до сучасного стану. Саме усвідомлення цих змін та деталізоване вивчення вітчизняного та зарубіжного досвіду допоможуть сучасному підприємцю сформувати та розвинути найоптимальніший 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 і розвитку івент-менеджменту та івент-індустрії займаються чимало вітчизняних та іноземних експертів, а також дослідних інституцій. Зокрема Experience Institute щорічно здійснює аналіз індустрії розваг щодо її ефективності в маркетингових цілях, а також порівняльний аналіз вподобань споживачів івент-послуг із різних країн світу. Інститут наголошує на тому, що саме завдяки івент-менеджменту багато компаній мають змогу швидкими темпами розширювати свій вплив на ринку і навіть захоплювати нові сфери [6]. Allied Market Research на підставі щорічних даних подає звіт про стан івент-ринку на конкретний момент та прогнозує стрімке зростання цього ринку, вважаючи, що показник сукупного середньо-

річного темпу збільшення CAGR досягне 11,2 % у 2021–2028 рр. [4, 5]. Mordor Intelligence займається дослідженням ринку івент-технологій та прогнозуванням тенденцій зростання цього ринку [8]. Іноземний аналітик Singh Akanksha дослідив найбільші музичні фестивалі планети та особливості їх організації [10]. На вітчизняному ринку М. Григоренко проаналізував головні музичні фестивалі в Україні та їхню перспективність [1]. Policy Studies Institute провів численні дослідження мистецьких фестивалів та культурних трендів Європи [9]. Такі дослідження повинні здійснюватись 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 його становлення, 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 сприяли насамперед зміцненню миру і дружби між племенами та кланами. До них належать різноманітні ярмарки, фестивалі, спортивні події, виставки та інші форми публічного святкування.

Платформа івент-менеджменту LocalHop стверджує, що розглядати становлення івент-менеджменту необхідно із часів ще Стародавнього Єгипту аж до сьогодення, коли він все ще продовжує розвиватися. LocalHop стверджує, що першим історично відомим івент-організатором була Клеопатра. Метою її заходів був пошук чоловіка для романтичних стосунків. Цариця використовувала й різні інструменти та технології, прагнучи створити ідеальний івент для досягнення своїх цілей. Для прикладу, плывучи по річці Ніл на човні, наповненому свічками та парфумами, Клеопатра бажала справити незабутнє враження на Марка Антонія і зробила цю 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 передавали вручну, і їх перенесення могло тривати тижні, а то й місяці, що значно уповільнювало процес [7].

Використання елементів івент-менеджменту продовжували середньовічна французька знать та високопоставлені особи, розплановуючи вечірки та розважальні заходи 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 аристократки, а вже участь у 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].

У результаті промислової революції виникла потреба в збільшенні кількості зустрічей та заходів, їх масштаби розширювались і виходили за межі звичайних вечірок королівських осіб та знаті. Індустріалізація забезпечила посилення економік багатьох країн та збільшення обсягів виробництва і збуту продукції. Цей період став початком швидкого розвитку багатьох сфер бізнесу. Бізнесменам і впливовим людям необхідно було організовувати зустрічі та заходи, щоб співпрацювати і розвивати свій бізнес, шукати партнерів та нові можливості, а також посилювати свій

вплив і значущість на ринку. Населення почало заробляти більше грошей і могло витратити більше на проведення заходів. Розвиток транспорту та розширення транспортних сполучень дало можливість збільшити кількість організованих заходів та зустрічей у різних точках планети. Нові види транспорту, такі як поїзди, дали змогу людям подорожувати до місця події та назад значно швидше і комфортніше [7].

Наближення до сучасного івент-менеджменту розпочалося після впровадження мобільних телефонів та інтернету, які істотно впливали 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, ураховуючи ті, що стосуються економіки, культури, суспільства та навколишнього середовища. Планування заходів передбачає розроблення 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 почали розглядати як окремий вид управлінської діяльності, адже до цього це були лише певні прояви його як складової маркетингу, соціально-культурного розвитку, політичної діяльності чи розваг. Сьогодні івент-менеджментом займаються не лише безпосередньо представники івент-індустрії, основним продуктом діяльності яких і є івенти, але й підприємства, що займаються різними видами діяльності у різних сферах. Часто суб'єкти господарювання мають в своєму штаті працівника – івент-менеджера або ж навіть окремий підрозділ, який функціонує паралельно із рештою підрозділів організації.

Розвиваючись, івент-менеджмент зазнав й інших істотних змін, які допомогли йому формуватись та досягти сучасного стану (табл. 1).

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

Поширені заходи в сучасному бізнес-середовищі – ділові та торгові події. Основна їх мета – сприяння посиленню впливу, презентування на ринку чи безпосереднє залучення до комерції різноманітних структур та індивідів для забезпечення досягнення корпоративних цілей. Форуми, ярмарки, торгові та споживчі виставки чітко ґрунтуються на продажу 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 передбачати 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	Сьогодні документи можна миттєво надіслати електронною поштою або завантажити у буфер обміну, а реєстраційні форми – 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; тому цей процес ставав важким та напруженим	Завдяки появі таких геопошукових систем, як Google Maps, варто лише ввести назву місця призначення, щоб отримати 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 виконувати процедуру реєстрації та обліку присутніх	За допомогою вебсайтів, соціальних мереж та інших мобільних аплікацій організатори можуть легко контактувати із аудиторією, надавати необхідну інформацію, а також побачити, хто саме зацікавлений у заході чи відвідає його. Завдяки мобільним пристроям облік присутніх спростився та не потребує 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 вебсайти та пошукові онлайн-ресурси, такі як Instagram, Facebook та інші. Користувачі можуть вводити своє місцезнаходження та знаходити сотні подій, про які вони, можливо, навіть не підозрювали

Примітка. Сформував автор на основі [7].

Таблиця 2

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. Сформував автор на основі [12].

Загалом найпоширеніші масштабні фестивалі, які відбуваються сьогодні, можна поділити на культурні, святкові, музичні, релігійні, спортивні, соціальні та інші. Найпопулярніші музичні фестивалі, їх відвідує чимало людей з усього світу. Івент-менеджмент цих заходів дещо полегшився завдяки появі 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 них відбулися ще на початку ХХ ст. Список наймасштабніших у 2019 р. 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 у межах культурної ініціативи просування “Рабат”
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, один із найбільших фестивалів під відкритим небом у Європі
6	Rock in Rio	Бразилія, м. Ріо-де-Жанейро	Найбільший музичний рок-фестиваль у 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 Орлеана
10	Electric Daisy Carnival (EDC)	США, м. Лас Вегас	Фестиваль електронної танцювальної музики, інтерактивні мистецькі інсталяції

Примітка. Сформував автор на основі [10].

Український івент-менеджмент розвивається значно повільніше, ніж світовий. Досі лише невелика кількість компаній використовує у своїй роботі елементи івент-менеджменту для сприяння основному виду діяльності. Лише на деяких підприємствах є івент-менеджери чи підрозділи, які займаються івент-менеджментом. На рівні держави Україна має теж дещо менший досвід організування великих культурних та соціальних подій порівняно зі світовими лідерами в івент-індустрії. Проте все ж сьогодні на території нашої держави організовується багато заходів. 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 в Україні заходів у межах івент-індустрії спрямовані на поширення традицій серед молоді та збереження культурних особливостей країни. Серед них виступи українських виконавців, Різдвяний ярмарок, Великодне святкування, Фестиваль шоколаду, книжкові

форуми, фестивалі українських народних інструментів, фольклорно-етнографічні фестивалі, туристичні ярмарки, заходи, які стосуються здоров'я нації, та інші.

Як на світових теренах, так і в Україні найпопулярніші музичні фестивалі. Це і рок-музика, і народна пісня, і джазові композиції, і класика, і 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	16–8 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. Сформував автор на основі [1].

Крім музичних фестивалів, в Україні почали частіше проводити освітні форуми, торговельні виставки, міжнародні туристичні зібрання, що позитивно впливає на залучення додаткових інвестицій у країну, а також на посилення міжнародної співпраці. Розвиток МІСЕ сектору виводить український івент-менеджмент на новий рівень, коли бізнес вже не може функціонувати відокремлено від івент-ринку. Для успішного ведення МІСЕ необхідно багато сучасних та зручних приміщень 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. Наприклад, лише у м. Львові на 1.02.2021 р. було п'ять п'ятизіркових готелів та 20 чотиризіркових. Саме такі найпопулярніші серед споживачів послуг ділового туризму. У табл. 5 наведено перелік чотири- та п'ятизіркових готелів м. Львова, а також вказано наявність чи відсутність у них конференц-залів.

Усі п'ятизіркові готелі Львова (див. табл. 5) мають конференц-зали, а ось серед чотиризіркових – лише 9 із 20. Загалом згідно із даними “Конференц-Сервіс” в Україні у Львові нараховується близько 150 закритих конференц-залів, що можуть вмістити від 30 до 10000 осіб [3].

Окрім конференц-залів у готелях, у Львові також є “Арена Львів”. Саме вона містить вісім закритих конференц-залів з особливими характеристиками як щодо розміру, так і стосовно призначення площ. Найменший зал займає площу 28 кв. м, а найбільший – близько 1700 кв. м. Зали можуть вмістити одночасно від 12 до 1200 відвідувачів. Ці дані дають змогу зробити висновок, що Львів має можливості приймати і невеликі групи бізнес-подорожуючих, і масштабні заходи чи виставки [3].

У двох інших найбільших та найвпливовіших у сфері ділових поїздок містах України – Одесі та Харкові – ситуація дещо інша. Зокрема, в Харкові є близько 50 закритих конференц-залів, що можуть вмістити від 30 до 1000 осіб. Це не дає змоги провести надвеликі бізнес-заходи, якщо необхідні закриті площі. Своєю чергою, в Одесі нараховується понад 200 закритих конференц-залів на 25–1000 місць [3].

Готелі міста Львова за рейтингом чотири–п'ять зірок

№ з/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 Вікінгів	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. Сформував автор на основі дослідження.

В столиці України ситуація у цьому сегменті найсприятливіша. 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 привабливішим для представників різних сфер бізнесу. Згідно з даними маркетингової платформи Allied Market Research, розмір ринку івент-індустрії оцінювався в 1135,4 млрд доларів у 2019 р. й очікують, що до 2028 р. світовий ринок цієї індустрії досягне 1552,9 млрд доларів, а показник сукупного середньорічного темпу росту CAGR досягне 11,2 % у 2021–2028 рр. Згідно із Allied Market Research, в світі ключовими зацікавленими сторонами на ринку подій є передусім великі корпорації, громадські організації та неурядові організації NGO [4].

Сьогодні масштабні музичні концерти та виступи різних виконавців і 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 зменшились через технічний прогрес у способах відтворювання 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 й інші урочистості.

До того ж за останні роки спортивні заходи стали комерціалізованішими. Спорт перетворився на важливий елемент маркетингової реклами для компаній, які організують чи спонсорують ці заходи. Крім того, спонсорство 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 сприяє ще швидшому зростанню івент-індустрії. І навіть більше, 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. Натомість 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 використовують 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 кардинальніших змін після появи різноманітного програмного забезпечення. Згідно із даними Mordor Intelligence, онлайн-платформи івент-менеджменту, які функціонують завдяки висококласному програмному забезпеченню, повністю змінять погляди 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. Очікують, що він досягне 14,94 млрд доларів США до 2025 р. за річного темпу 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 підвищували попит на додатки та мобільні аплікації [8].

Факторами, що впливають на зростання ринку технологій івент-менеджменту, згідно із 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, під час недавнього опитування щодо розвитку івент-менеджменту 52 % респондентів зазначили, що івент-маркетинг має більше значення для їхнього бізнесу, ніж інші канали маркетингу. Така статистика ще більше заохочує нових гравців виходити на ринок, збільшуючи попит на програмні рішення для івент-менеджменту на мобільній основі [11].

З покращенням економічного становища людей та розвитком бізнесу з'явилися різноманітні нововведення щодо івент-менеджменту. Великі компанії та консорціуми зосереджуються на проведенні тематичних зустрічей і заходів у потенційно привабливих напрямках, щоб поліпшити імідж свого бренду. Як показують дослідження Experience Institute, більш ніж 71 % опитаних враховують пункт призначення, приймаючи рішення про участь у заходах. Крім цього, для 20–30 % людей це є вирішальним фактором [6]. Постійне зростання кількості 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 у всьому світу, який зачепив десятки мільйонів людей у більш ніж 212 країнах, істотно 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 вебсайти дають змогу створювати рекламні оголошення для різноманітних подій та заходів у професійному та зручному для користувача форматі. Реєстрація і продаж квитків відбуваються швидко та в одному місці, що доволі зручно, адже в стрімкому світі інтернету час обмежений і цінний. Вебсайти 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, передбачають 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 у 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.

Найважливіші зміни, до яких привів розвиток технологій в івент-менеджменті, для особи чи організації – більші можливості контролювати івент-менеджмент, витрачаючи на нього менше часу та отримуючи більше насолоди від самого процесу.

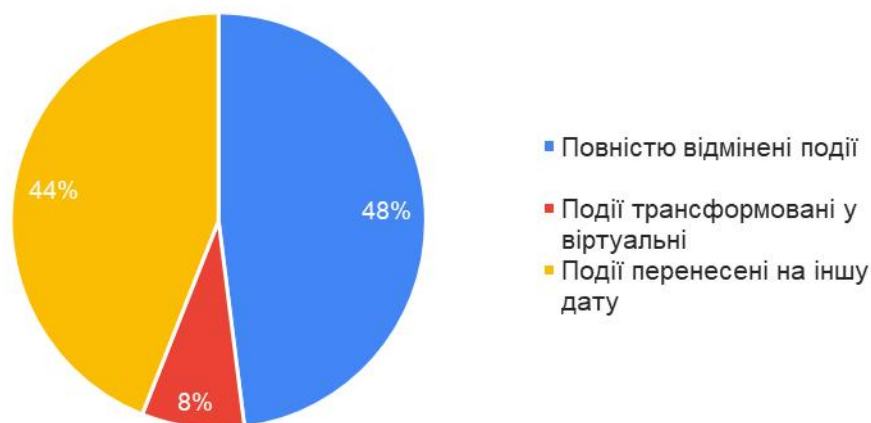
Пандемія внесла корективи у розвиток івент-індустрії, передусім у вигляді блокування та поширення обмежень на поїздки. Світ стрімко переходить на віртуальний режим існування, а основні гравці івент-ринку все більше посилюють свою цифрову присутність. Тривалість спалаху пандемії залишається ключовим фактором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

Розглядаючи виключно українські реалії, можна відкрито стверджувати, що ринок івент-послуг опинився у топі найбільш постраждалих від карантину, згідно із даними UBI “Конференц-Холл” (2020). Експерти поки що не мають змоги однозначно оцінити збитки, яких завдала пандемія, проте вони істотні. UBI “Конференц-Холл” наводить інформацію про те, що країни Східної Європи, за даними Bank of America, виявилися найуразливішими для розгортання кризи 2020 р. Те саме видання прогнозує значне погіршення стану української економіки та її падіння щонайменше на 5,6 % [13].

Згідно із даними UBI “Конференц-Холл”, сьогодні креативні й культурні індустрії перебувають на піку вразливості. У своєму новому дослідженні аналітики дійшли 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 сьогодні тимчасово заморожений і питання – скільки часу це триватиме – залишається відкритим [13]. Щодо подій, проведення яких було заплановане в період карантинних обмежень, найчастіше застосовують такі рішення: захід повністю скасовується, івент переноситься на невизначений час та захід трансформується в онлайн-подію (див. рисунок).

Український івент-ринок, попри всі труднощі, намагається всіма силами втриматись “на плаву” – зменшуються внутрішні бюджети, 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 тощо. Проте все ж відбулися зміни, вже незворотні. Новітні технології, що забезпечують користувачів безперервним спілкуванням у реальному часі, MS Teams, Zoom, Google Classroom, Skype, а також месенджери, завоювали першість

в сфері ведення переговорів, координування роботи, керування бізнесом та організування зустрічей. Їхні можливості невичерпні й багато підприємців та власників бізнесу вже зрозуміли переваги такого “онлайн-існування”. Зі зростанням популярності віртуальних послуг та спілкування, які є дешевшими та доступні широким масам, вартість реальних продуктів та заходів стрімко збільшується. Сьогодні 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. Аудиторія очікує від представників івент-індустрії насамперед гарантій якості продукції та послуг, пропонуєваних на ринку, альтернативних варіантів участі в організованих подіях та заходах, зокрема можливості онлайн-трансляцій, записів відео, віртуальної підтримки, онлайн-букінгу, а також поваги та цінування здоров’я населення та його особистого простору.



Статистика змін у проведенні івент-заходів в Україні за 2020 р.

Примітка: сформовано за даними [13].

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 зростатиме великими темпами [13].

Висновки та перспективи подальших досліджень

Отже, можна стверджувати, що сьогодні івент-ринок в Україні на достатньо низькому рівні розвитку порівняно з зарубіжними країнами. Навіть не беручи до уваги ситуацію з пандемією, івент-ринок в Україні має багато інших прогалин, таких як відсутність на ринку єдиного майданчика 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 витрачається 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, який призводить до нерозуміння базових концепцій його побудови на підприємствах. Беручи приклад із досвіду країн Європи, Північної та Південної Америки, Україна має всі шанси досягти успіху в цій сфері, проте для цього потрібно докласти чималих зусиль та здійснити низку перетворень.

Список літератури

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. Ивент-индустрия в Украине: проблемы, перспективы, возможности. URL: <https://www.work.ua/articles/career/1245/>. (Дата звернення 2 березня 2021).
3. Конференц-сервис в Украине URL: 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-ukrayinskyu-rynok-event-posluh-perezhyvaye-kryzu-2020-roku/>. (Дата звернення 2 березня 2021).

Reference

1. Grygorenko M. Golovni musychni festyvali lita 2019 v Ukraini. IUNIAN: Informaciyne 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 PEREZHYVAIE 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.