

Поправко О.В., к. філос. н.,
доцент кафедри економіки, управління та адміністрування
Мелітопольський державний педагогічний
університет імені Богдана Хмельницького

ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ: СУТНІСТЬ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

Івент-менеджмент – це одна з галузей сфери послуг, яка сьогодні розвивається шаленими темпами у всьому світі. Усе більше компаній звертаються до івент-менеджменту як одного з дієвих інструментів формування ставлення до компанії та її продукту.

Івент з англійської мови дослівно перекладається як розважальна або рекламна вистава, що відбувається на театральній сцені, кіно- або телеекрані, на спортивній або цирковій арені з використанням різноманітних образотворчих прийомів, світлової техніки, комп'ютерної графіки і т. п. Поняття івент включає в себе не лише подію, захід, церемонію чи шоу, а передовсім, містить смислові відтінки сприятливого впливу, виняткової події, найбільш бажаного результату заходу. Він покликаний створити захід, який би сприймався його учасниками як особлива, абсолютно виняткова, неповторна подія.

Отже, івент – запланована соціально-суспільна подія (захід), що відбувається в певний час із певною метою та має певний резонанс для суспільства.

Івент-менеджмент – це прикладна галузь вивчення і простір професійної практики, присвяченої плануванню, проведенню та управлінню спеціальними заходами. Як випливає з назви, в його основі лежить подія, комплекс спеціальних заходів, організованих для просування товару або послуги. Спеціальна подія, з точки зору бізнесу, – це форма залучення

людини до культури бренду, до корпоративної або іншої спільноти через організацію певних дій, переживань.

Запланована подія (івент) – це просторово-часовий феномен, кожен з яких унікальний унаслідок взаємодії навколишнього оточення, публіки, системи управління, включаючи розробку окремих елементів і програми. Привабливість івентів полягає в тому, що вони завжди різні, ніколи не повторюються. Кожен з них створюється з певною метою, а тому вам треба побувати там, у певному місці в певний час, для того, щоб отримати виняткові враження. Івенти дуже важливі, вони виконують безліч стратегічних завдань і часто дуже ризиковано залишати їх організацію та проведення поза увагою чи довіряти непрофесіоналам.

Івент-менеджмент включає широкий спектр маркетингових комунікацій, що здійснюється за допомогою організації різних заходів. Масштаби впливу можуть бути різними – від одного підприємства до великих громадських мас. Важливими рушійними силами для розвитку івент-менеджменту стали результати проведення заходу та повернення вкладених коштів.

Цей вид діяльності включає вивчення особливостей бренду, визначення цільової аудиторії заходу, розробка концепції заходу, планування логістики й координування технічних аспектів організації й проведення заходу. По суті, івент-менеджмент є програмою управління заходом.

Особливістю івент-менеджменту як одного з найдієвіших інструментів PR, є те, що він спрямований на отримання не одноразового ефекту, а довгострокового процесу у формуванні іміджу підприємства, його вплив на суспільні інтереси та потреби. Event-менеджмент означає перетворення заходу у щось абсолютно виняткове, неповторне з погляду споживача.

Як окрема галузь івент-індустрія сформувалась на початку ХХ століття. Івент-менеджмент зародився й отримав розвиток у США близько 150 років тому. Сьогодні там вже існують професійні асоціації, відповідна література, визнані стандарти галузі. Івент-менеджмент є потужною галуззю сфери

послуг, про що свідчать неймовірні прибутки компаній, які працюють у цій сфері. Так, у США сьогодні прибуток від івент-індустрії перевищує прибуток від автопримисловосі [1]. Найбільшою популярністю у США користуються такі послуги івент-індустрії як планування заходів та їх координація, створення ідеї, маркетинг і промоушн заходу, дослідження та оцінка заходу.

У країнах Західної Європи івент-менеджмент – відносно новий тип бізнесу (йому близько 20 років), а тому він ще не набув таких масштабів як у США. Однак, у багатьох університетах створено курси та напрями з підготовки фахівців даної сфери.

В Україні івент-менеджмент – це зовсім молодий напрям. У нашій державі ринок івент-послуг став розвиватись з 2005 року. За період свого становлення ринок значно змінився не лише кількісно, але й якісно, зокрема, підвищилась якість послуг, розширився спектр послуг, застосовується гнучка цінова політика компаній, самі заходи поступово починають набувати європейського рівня. Хоча існують і певні труднощі. Як зазначає Наталія Чижова «Івент в Україні – це ринок з високою конкуренцією, але низькою культурою». Серед основних проблем розвитку івент-менеджменту вона називає: відсутність на ринку площадки для комунікації агенств, неготовність українських клієнтів до креативних рішень, недостатню кількість кваліфікованих фахівців [2].

Загалом, ефективний івент-менеджмент – це перспективна залузь вітчизняної економіки, яку необхідно розвивати.

Література

1. Карпюк О. А. Сингаївська А. О. Event-менеджмент в туристичній галузі: світовий досвід та перспективи для України. [Електронний ресурс]. URL: http://eprints.zu.edu.ua/23241/1/_docx%20%282%29.pdf.
2. Наталия Чижова: корпоратив в нашем понимании – это больше, чем выпить и послушать музыку // Контакты UA. [Електронний ресурс]. URL: <http://kontrakty.ua/article/91779>.

Соколова Л.В., старший викладач кафедри менеджменту
ПВНЗ «Міжнародний університет бізнесу і права», м. Херсон

ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

У рейтингу Всесвітнього економічного форуму за рівнем Індексу глобальної конкурентоспроможності 2017-2018 рр. [1] Україна посіла 81 місце (з 134 країн світу), втративши позиції за 4 із 12 основних складових показників Індексу, а саме: «ефективність ринку праці» (-13 пунктів), «інновації» (-9), «інфраструктура» (-3), «вища освіта і професійна підготовка» (-2). Інноваційні позиції країни оцінюються за здатністю до інновацій, якістю науково-дослідних інститутів, витратами компаній на дослідження і розробки, співпрацею університетів та промисловості у дослідженнях та розробці, державними закупівлями високотехнологічної продукції, наявністю вчених та інженерів. Серед негативних факторів для ведення бізнесу в Україні було визначено недостатню здатність до інновацій.

На інноваційний розвиток України впливають певні чинники: низька ефективність державного регулювання та законодавства, складність організації та ліквідації бізнесу, процедур сплати податків, нерозвинутість інфраструктур, низька інтенсивність конкуренції на локальних ринках, низький рівень захисту інвесторів; низька якість державного регулювання економіки України та рівень нормативно-правової бази у сфері інновацій, низька інноваційна готовність підприємств, низький рівень співпраці у дослідницькій діяльності між університетами та промисловістю, слабе ресурсне забезпечення інноваційної діяльності, низька кількість патентів та статей у науково-технічних журналах, відсутність ефективно функціонуючих кластерних структур [2].

Питання інноваційного розвитку актуальні для менеджменту як на макро- так і на мікрорівнях. Теоретичні та методологічні дослідження