

С.П. ОРИШКО,

доцент кафедри організації туризму та соціокультурної діяльності Інституту туризму ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»,
м. Івано-Франківськ

ВПЛИВ КОМУНІКАЦІЙНОГО АГЕНТСТВА НА РОЗВИТОК СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

З розвитком ринкового суспільства до організації заходів підключився комерційний сектор. Стали проводитися ділові заходи, спрямовані на обмін ідеями та інформацією, заходи з метою отримання прибутків. Буває, що заходи стають ключовим елементом просування продукції. Попри те, що організація заходів як специфічна форма діяльності існує з незапам'ятних часів, в самостійну галузь вона виділилася на так давно – приблизно 15 років тому, а до цього довгий час була складовою частиною інших галузей економіки: готельного бізнесу, туризму, шоу-бізнесу; частина функцій по організації заходів була покладена на відділи продажів, професійні асоціації. Це гальмувало розвиток івент-менеджменту як окремої форми діяльності. Тепер в області організації заходів з'явилися професійні асоціації, існують спеціалізована література, сертифікаційні програми, в цій сфері можна отримати вищу освіту. Поступово організація заходів стає визнаною індустрією зі своїми технологіями, гравцями ринку, легендами і традиціями.

Самі або агентство? З цим питанням так чи інакше стикається будь-який початківець бренд-менеджер або директор з маркетингу. Люди більш досвідчені воліють довіряти справу професіоналам. Причина ясна: спеціалізоване комунікаційне агентство позбавить від багатьох турбот, взявши на себе весь тягар організаційних клопотів. Діючи «по науці», фахівці спочатку розроблять спільну концепцію, тобто, постаравшись якомога точніше відповісти на традиційні запитання «для кого ми це робимо?», «Для чого ми це робимо?» І «з приводу чого ми це робимо?» і закликавши на допомогу весь творчий потенціал, запропонують яскраву ідею, яка максимально виражає суть та індивідуальність майбутньої події. Потім виникнуть клопоти з підбору необхідного приміщення та обладнання (питання настільки ж творчий, настільки і комерційний). Дуже відповідальний і важливий момент - перетворення ідеї в готовий сценарій. Фахівці агентства знайдуть час і на організацію переговорів з підрядниками, і на пошук професійних ведучих та звукорежисерів, і на десятки інших найважливіших дрібниць, які так просто випустити з уваги в передсвятковій метушні. Що стосується зв'язків з громадськістю, то і тут допомога агентства може виявитися набагато ефективніше. Комунікаційні агентства, що мають давні і міцні контакти зі ЗМІ, доб'ються суспільного резонансу швидше. Для досягнення цілей професіонали користуються всіма різноманітними способами поширення інформації: це і direct-

mail, і зовнішня реклама, і інформування цільової аудиторії через спеціалізовані джерела (галузеві видання). Так що сьогодні навіть не дуже великі вітчизняні компанії, стикаючись з необхідністю влаштувати свято з рекламними або іншими цілями, воліють звертатися до професіоналів.

Event – менеджмент (від англ. event – подія) – це повний комплекс заходів щодо створення корпоративних і масових подій. Причому корпоративні події спрямовані в основному на зміцнення корпоративного духу, масові – надають потужну підтримку рекламним і PR-кампаніям. Завдання event фірми – зробити з банального заходу дійсно подію, що буде згадуватись й після його закінчення. Кожна подія, яка замовляється у спеціалізованого підприємства має різну мету, але в основному їх поділяють на напрями:

Заходи що спрямовані в середину «компанії»

▣ мотиваційні тренінги й заходи щодо розвитку корпоративної культури, у тому числі й корпоративні свята, інсентив – заходи, корпоративні конференції та ін. (ці заходи перебувають у компетенції фахівців відділів кадрів). Як заохочувальні поїздки може використатися event туризм, а також спеціальні командні тури з ексклюзивним сценарієм.

Заходи що спрямовані на зовнішнє середовище «компанії» та її місце на ринку:

▣ робота із клієнтами, партнерами, промоушн-акції, PR-заходу й т.д. (ці заходи перебувають у віданні відділів маркетингу компаній). Наприклад, туристичні поїздки, свята, виставки й конференції, презентації й т.д.

Учасників ринку event-заходів можна згрупувати по спеціалізації

- Спеціалізовані компанії по проведенню корпоративних заходів (event-агентства)
- Фірми по організації свят
- Фірми, що надають окремі послуги для проведення заходів
- Тренінгові компанії

Фірми, що надають окремі послуги для проведення заходів, у тому числі:

- організація банкетів (кейтерингові компанії, ресторани)
- технічне забезпечення:
- оформлювальні фірми (декоратори),
- фірми, що надають професійне встаткування,
- фірми, що організують фото- і відеозйомку,
- фірми, що надають послуги з озвучування заходу

У коло обов'язків агентства входять наступні функції:

- розробка концепції заходу
- написання сценарію
- підбір місця проведення
- підбір постачальників для реалізації ідеї
- створення дизайну-концепції
- підбір виконавців, артистів, що веде

- підбір кейтерингової служби й розробка меню
- технічне забезпечення (світло, звук, сцена)
- оформлення місця проведення
- режисура й розробка оригінальних номерів шоу-програми
- підбор і інструктування промо-персонала
- узгодження проведення заходу із правоохоронними органами, ГИБДД, місцевою адміністрацією
- надання вбрань швидкої допомоги, пожежної охорони, охоронних підприємств (при необхідності)
- надання фото- і відеозвіту по завершенні заходу

Серед додаткових послуг event-агентств можна назвати, наприклад

- рішення транспортних питань
- розселення в готелях
- оренда теплохода
- професійна фото й відео зйомка
- музичний супровід
- створення корпоративних кліпів, фільмів, фотоальбомів
- запуск конфетті
- святковий торт на замовлення
- феєрверки
- виготовлення командної атрибутики
- оформлення свята повітряними кулями

Особливе місце на ринку свят займають компанії “оригінального формату”. Це фірми, які працюють у рамках однієї оригінальної ідеї: етнічної, історичної й т.д. (інформація про подібні компанії публікується в журналі “Events”). Вони займають вільні від конкуренції ніші й мають гарні перспективи, оскільки останнім часом усе більше затребувані саме незвичайні заходи.

В Україні порівняно з країнами Європи та США даний сегмент не надто розвинений. Принципи організації свят еволюціонують досить швидко. Причому, міняється не тільки підхід до організації свят, але й сама суть свят. Крім традиційних днів народження., державних, релігійних і так званих «обов'язкових» свят (пов'язаних з якимось важливим етапом життя) з'являється багато інших, нових, які просто дають можливість зануряться атмосферу відпочинку й веселощі. Приміром, для дітей дуже цікавим стало свято, що прийшло із Заходу - Хелоунин, обов'язковими атрибутами якого є карнавальні костюми й солодкі подарунки

Event-менеджмент як головний мотиватор. У будь-якій сфері бізнесу, незалежно від її змісту, існують загальні закони, які визначають успішність ведення справ. Головною запорукою успіху є наявність згуртованого, мотивованого персоналу, співробітників, лояльних до організації. У зв'язку з цим зростає роль інструментів нематеріального мотивування персоналу, одним з яких є event-менеджмент (event-management), або організація заходів. Значення цього способу мотивування виросло в останні роки настільки, що виникло ціле бізнес-напрямок. Фахівці з організації подій (event): корпоративних свят, маркетингових

заходів, інсентивного (корпоративного заохочувального і тематичного) туризму, тренінгів, конференцій і семінарів – вміють знаходити найбільш доречні та ефективні рішення проблем, що виникають при роботі з людьми. Кожна людина це особистість яка має свої потреби та бачення для проведення будь якої події.

Event-менеджмент – це не просто віяння часу, а результат розвитку теорії та практики управління та мотивування. В процесі розвитку теорії і практики менеджменту зростала усвідомлення людського фактора як основного елементу ефективного управління, що в свою чергу викликало необхідність розуміння і врахування психологічних аспектів людських відносин, вивчення мотивів окремих вчинків і діяльності в цілому. З'явилися зміни і в специфіці заходів. Якщо раніше основну частину замовлень складали заходи, орієнтовані виключно на клієнтів, то зараз компанії приділяють більше уваги власному персоналу, і частіше замовляють заходи, спрямовані на співробітників: тренінги, семінари, форуми, конференції, майстер-класи, корпоративи. Це допомагає згуртувати колектив організації.

На першому місці у багатьох компаній знаходиться саме вартість майбутнього заходу. Якщо раніше на певну послугу була конкретна ціна, і зниження її було обмежене тисними рамками, то сьогодні агентства з використанням інструментів інвентивного менеджменту йдуть швидше від наявного у клієнта бюджету, і надалі пропонують можливі варіанти на цю суму. Позитивним є той факт, що зараз спостерігається пожвавлення на ринку інвентивних послуг із залученням все більшої кількості підприємств (туристичних фірм, готельних комплексів, ресторанів та ін..). Виняткові події, або event – міроприємства, набувають в даний час все більшу актуальність як комерційно значимі явища, як засіб підприємницької комунікації і активізації цільових груп. Вони орієнтовані на емоційне сприйняття клієнтів і неповторювані по суті, єдині у своєму роді; вони ризиковані і вимагають високої міри відповідальності.

Список використаних джерел:

1. Кіптенко, В. К. Менеджмент туризму [Текст]: підручник / В. К. Кіптенко. – К.: Знання, 2010 – 502 с.
2. Назаров, О. Занимательная инвентология, или ивент-рынок Украины в цифрах и мнениях [Текст] / О. Назаров // About event. – 2009. – №2. – с. 13–14.
3. Хальцбаур, У. Event-менджмент [Текст] / У. Хальцбург, Э. Йеттингер, Б. Кнаузе. – М.: Эксмо. – 2007. – 384 с.
4. Шумович, А. Великолепные мироприятия. Технология и практика event management [Текст] / А. Шумович. – М.: Изд-во «Манн, Иванов и Фербер». – 2007. – 320 с.
5. История event-бизнеса: за матеріалами Event-енциклопедії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.eventum-premo.ru/istoria-event-biznesa. – Заголовок з екрану.
6. Event-менеджмент: Интервью с Джо Голдблаттом (преподавателем Queen Margaret University, Эдинбург) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.franzlefort.ru/pub_eventmanagement. – Заголовок з екрану.