

Коваленко Д.М.,

здобувач вищої освіти IV курсу
кафедри івент-менеджменту та соціальних
комунікацій ВП «Миколаївська філія
Київського національного університету
культури і мистецтв»;

Науковий керівник: Мозговий В.Л.,
доктор педагогічних наук, професор
кафедри івент-менеджменту та соціальних
комунікацій ВП «Миколаївська філія
Київського національного університету
культури і мистецтв», м. Миколаїв,
Україна

РОЗВИТОК ІВЕНТ-ІНДУСТРІЇ 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 івентменеджменту 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. 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 Наталля 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.

Сьогодні в Україні набирає обертів розвиток ринку проведення різного роду подій (культурних, спортивних), ділових заходів, а також подій, які мають важливе значення для формування громадянського суспільства на засадах демократії, гармонізації індивідуального й суспільного.

Чимало підприємств різних галузей економіки використовують івентмаркетинг та івент-менеджмент з метою розкриття своїх можливостей для зміцнення позицій на ринку, зокрема як ефективний інструмент маркетингових комунікацій у просуванні товарів і послуг. Водночас формується ринок івентіндустрії, який складають структури, що спеціалізуються виключно на проведенні подій і мають значні конкурентні переваги порівняно з можливостями організації та проведення рекламних заходів самими підприємствами. Таким чином, складова маркетингового комплексу, як просування товару на ринку, модернізується у стан «реклама у рекламі». Це означає, що просування певного товару, бренду поєднується з рекламуванням можливостей організатора подій, а також створенням пласту івент-індустрії, що ґрунтується на принципах креативності, інноваційності, ефективності з використанням сучасних можливостей технічного забезпечення, міжнародного досвіду та участі міжнародних організацій.

Важливою умовою розвитку івент-індустрії є комплексне поєднання усіх складових в організації подій, досягнення такого рівня синергії, яка приносить не тільки комерційну вигоду, але й емоційне задоволення учасників, що завжди підсилює останню. Позиціонування івент-індустрії як комерційно значущого явища стимулює підприємницьку діяльність, активізує цільові групи.

В івентах завжди присутня певна кількість людей – виконавців, організаторів, представників, учасників, глядачів, кожен з яких має окрему мету, завдання та прагне отримати відповідний результат. У період карантину, причиною якого можуть бути різного роду надзвичайні, неординарні ситуації, передусім виникають проблеми у комунікаціях людей між собою. Відсутність можливостей і права на міжлюдські спілкування переважно зупиняє проведення подій, перенесення їх на інші терміни, що негативно впливає на економічний розвиток тих підприємств, які проводять івенти, і тих, які використовують їх для власного просування, рекламування та маркетингових ринкових комунікацій. У таких випадках порядок міжбізнесових і міжлюдських комунікацій регулюється державою на основі відповідного законодавства, урядових постанов та інших нормативних документів. Державне регулювання полягає у встановленні стимулюючих заходів для юридичних осіб усіх форм власності та обмежувальних дій, завдяки яким знижуються ризики поширення небезпеки. В Україні прийнято Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо державної підтримки сфери культури, креативних індустрій, туризму, малого та середнього бізнесу у зв'язку з дією обмежувальних заходів, пов'язаних із поширенням коронавірусної хвороби (COVID-19)» від 16.06.2020 р. № 692- IX. Ним передбачається надання на безоплатній основі фінансових ресурсів юридичним особам усіх форм власності сфери культури, культурно-пізнавального (внутрішнього) туризму та тим особам, основний вид діяльності яких відноситься до видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій, з метою забезпечення їх стабільної діяльності та розвитку в умовах дії обмежувальних заходів. Регулювання діяльності юридичних осіб щодо організації подій, здійснення обмежувальних заходів визначено також відповідними урядовими постановами.

Івент-ринок розвивається в Україні не більше 15 років. Це ринок з високою конкуренцією, однак, як стверджують експерти, з низькою культурою, що потребує дослідження, вивчення та вдосконалення.

Список використаних джерел:

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>.

Коломієць А.С.,

здобувач вищої освіти IV курсу кафедри музичного та хореографічного мистецтва ВП «Миколаївська філія Київського національного університету культури і мистецтв»;

Науковий керівник: Сологуб В.Д.,
кандидат педагогічних наук, доцент за наказом кафедри музичного та хореографічного мистецтва ВП «Миколаївська філія Київського національного університету культури і мистецтв»

Миколаїв, Україна

СИНТЕЗ ЖАНРІВ В ОБРАЗНІЙ СФЕРІ ТА ЕСТЕТИЦІ ГІТАРНОЇ МУЗИКИ ДОБИ РОМАНТИЗМУ (НА ПРИКЛАДІ ТВОРУ Й.К. МЕРТЦА НОКТЮРН)

Мета доповіді полягає в дослідженні образної сфери та естетики гітарної музики доби Романтизму. Звісно це потребує аналізу ключових етапів розвитку гітарного мистецтва відповідного стилю та включає в себе вивчення впливу творчості видатних гітаристів-романтиків, їх авторського стилю, виконавських технік, а також контекстуальних факторів, які сприяли синтезу жанрів.

Актуальність дослідження обумовлена впливом синтезу жанрів гітарної музики доби Романтизму на формування виконавських традицій та сучасних технік, що яскраво представлено у творчості австро-угорського композитора-гітариста Йогана Каспара Мертца. Вивчення цього періоду допомагає краще зрозуміти, як музичні ідеї розвивалися і трансформувалися, а також дає можливість оцінити вплив цих змін на сучасне мистецтво гри на гітарі. Крім того, це допоможе слухачам краще оцінювати та цінувати глибину та складність гітарної музики.