

УДК 658.001

ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ ПРОВЕДЕННЯ ІВЕНТУ

Кінас Ірина Олександрівна, к.е.н., доцент кафедри менеджменту та бізнесу ХНЕУ ім. С.Кузнеця, м. Харків, Україна

Колесніченко Андрій Олександрович, студент 6 курсу факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ ім. С.Кузнеця, м. Харків, Україна

Анотація — В статті розглянуто теоретичні основи створення заходу, його основні стадії, а також цілі і завдання проведення події. Визначено, що необхідно зробити після заходу.

Ключові слова: інвент, Event-менеджер, організація, координація, управління.

Event-менеджмент є цікавою галуззю, що розвивається та дає можливість кар'єрного росту для всіх, хто захоплюється організацією та плануванням заходів. Цей вид діяльності включає вивчення бренду, цільової аудиторії, розробку концепції заходу, планування логістики та координацію технічних аспектів перед безпосереднім виконанням умов заходу.

Event-менеджмент, по суті, є програмою управління заходом, яка залежно від поставлених цілей передбачає виконання event-менеджером різнопланових дій – побудову логістики, драматургії, сценографії заходу. Отже, event-менеджмент включає функції планування, організування та контролювання проведення унікального, єдиного в своєму роді заходу, причому унікальність забезпечується не стільки оригінальністю ідеї, скільки способами доведення її до кінцевого споживача.

Організація будь-якої події задумується з певними цілями, які обов'язково потрібно врахувати на етапі планування заходу. Для успішного проведення заходу важливим є вдалий вибір місця проведення, програми, учасників та підрядників. Ці питання вирішуються на етапі організування. Разом з початком заходу для event-менеджера розпочинається контролююча функція, яка включає

слідкування за вчасною подачею фонограми звукорежисером, виходом артистів, виступом ведучого та ін. Національні особливості event-менеджменту визначаються спонтанністю та відсутністю пунктуальності, обов'язковості та чіткого виконання завдань більшістю працівників підприємств.

Ще однією особливістю є велика ємність ринку, яка з часом заповниться сотнями нових компаній, що дає можливість талановитим event-менеджерам зайняти свою нішу. На даний момент event-менеджмент – один з найдинамічніших інструментів роботи BTL-агентств на комунікаційному ринку. Кількість агентств, що надають послуги event-менеджменту, постійно зростає, а організація та проведення заходів досягає європейського рівня. Отже, як і PR-галузь event-менеджмент має великі перспективи розвитку в Україні.

Event-менеджер – це фахівець, який займається організацією заходів і подій різних форматів і масштабів, націлених на досягнення різних результатів, наприклад, поліпшення іміджу компанії або продукту, формування згуртованості колективу, об'єднання експертів певній галузі для обміну досвідом та ін.

Найбільш популярна література в сфері івент-менеджменту відноситься таким авторам, як Гліб Архангельський, Ігор Манн, Олександр Шумович, Іммельман Реймонд, Девід Майстер. Всі вони є практиками в цій сфері і мають великий досвід.

Метою є те, чого хоче досягти організатор в результаті проведення заходу. Якщо захід організовується для клієнтів, то метою може бути вибудовування відносин.

Коли проводиться захід для співробітників, то метою може бути зміцнення відносин в колективі, підвищення лояльності персоналу і інші. Або мета івенту - заявити про новий продукт компанії.

Завдання – конкретні, вимірювані досягнення заходи. Вони локальні, вказують тактичне спрямування для дій. Якщо метою корпоративного свята є підвищення лояльності співробітників до компанії, то завданнями можуть бути наступними: забезпечення гарного настрою і ситості всіх учасників в ході заходу, забезпечення задоволеності кожного учасника заходом. Формування цілей і завдань заходу – ключовий момент для початку роботи. Це абсолютно обов'язковий етап [1].

Організація заходів – в цілому творча робота і захоплюючий процес. Тут багато деталей, можливостей для реалізації ідей і фантазій, і завжди хочеться швидше зайнятися обговоренням і підготовкою чогось конкретного. Тому ризик втратити зв'язок ідей з цілями і завданнями проведення заходу дуже великий. Весь процес підготовки заходу повинен постійно звірятися на відповідність сформульованим цілям і задачам. [2].

Робота під час заходу полягає в наступному[5]:

1. Загальна координація заходу. Весь час стежте, щоб все було в порядку. Нехай в залі, де проходить захід, завжди знаходиться ваш чоловік, який стежить за рівнем освітленості (додає або зменшує світло), за температурою (повинно бути трохи прохолодно), за рівнем шуму (ремонт в сусідньому приміщенні не повинен заважати вашої зустрічі). Якщо у доповідача або учасників виникли якісь технічні проблеми (наприклад, не працює мікрофон), ця людина зможе їх оперативно вирішити (полагодити непрацюючий мікрофон, просто включивши його).

2. Контроль і управління сервісом місця, де проходить захід, і допоміжним, технічним персоналом, кейтерингом тощо. Робота за тим же принципом, що і описаний вище. Ви просто стежте за тим, щоб усе

відповідало сценарієм, івносите оперативні корективи, якщо вони потрібні.

3. Технічне асистування.

4. Координація переміщень учасників (на обід, на каву), управління паузами.

5. Підтримка порядку. Реєстраційний стіл повинен бути зразком порядку з самого початку до самого кінця заходу. Ніде не повинно бути сміття, недопалків, кавата інших проявів недолугості до останньої секунди. Стіл організаторів – це святе місце заходу.

6. Анкетування учасників. Якщо ви хочете дізнатися про те, як учасники сприйняли ваш захід, проведіть анкетування. Анкети не повинні бути великими. Краще, якщо вони вмістяться на одній сторінці.

Важливо пам'ятати про своєчасність анкетування учасників: воно може проводитися як відразу після заходу, так і через кілька місяців в залежності від ваших цілей.

7. Фотографування. Якщо на вашому заході є важливі пам'ятні моменти і взагалі фотозвіт дуже важливий – не пошкодуйте грошей і найміть професійного фотографа. Мова йде всього про декілька сотень доларів.

Після проведення заходу необхідно зробити наступне [4]:

1. Написати фінансовий звіт. Завершальний етап заходу - ви пишете остаточний фінансовий звіт, тому що після завершення заходу часто з'ясовується, що десь ви переплатили, а десь, навпаки, заощадили.

2. Проаналізувати оціночні анкети учасників. Якщо в анкеті варто результат нижче «добре», це завжди сигнал, що потрібно зробити якісь дії. Наприклад, якось компенсувати Клієнту його незадоволеність.

3. Підготувати висновки, результат роботи заходи, досягнення або завдання. Необхідно оцінити, наскільки успішні результати заходу, реалізовані чи цілі ізавдання заходу.

4. Підготувати статистичний аналіз складу учасників, опублікувати фотозвіт про захід. Для цього вам буде потрібно сайт вашого заходу.

5. Підготувати остаточну і уточнену базу з контактами всіх учасників заходу. Це знадобиться для розсилки фінального подячного листа.

6. Провести аналіз самого проекту з точки зору організації і рекомендації для наступних заходів.

Отже, всі заходи можуть розроблятися в двох варіантах: або концепція прописується організаторами, виходячи з якоїсь креативної ідеї, або робиться під конкретного замовника, який шляхом проведення акції реалізує свої маркетингові завдання, що стоять перед ним в певний момент часу. Але і в першому випадку організатори, як правило, прогнозують, кого вони можуть залучити в якості партнерів. Зараз вже важко уявити собі великий захід, якщо воно, звичайно, не проводиться державними органами або глобальними структурами, яке б планувалося виключно на бажанні організаторів розважити аудиторію, підняти якісь соціальні проблеми.

Список використаної літератури

1. Радіонова О. М. Конспект лекцій з курсу «Івент-технології» (для студентів 2-го курсу денної та заочної форм навчання напрямів підготовки 6.140101 – «Готельно-ресторанна справа», 6.140103 – «Туризм») / О. М. Радіонова; Харків. нац. ун-т міськ.

госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. – 67 с.

2. Сондер М. Івент-менеджмент: організація розвлекательних заходів. Техніки, ідеї, стратегії, методи / Марк Сондер; [пер. с англ. Д. В. Скворцова]; под общ. ред. Стрижак. – Москва: Вершина, 2006. – 544 с

3. Хальцбаур У. Event-менеджмент / У. Хальцбаур, Э. Йеттінгер, Б. Кнаузе, Р. Мозер, М. Целлер; [пер. с нем. Т. Фоминой] – М.: Эксмо, 2007. – 384 с.

4. Шумович А. Великолепные мероприятия. Технология и практика event management / А. Шумович. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 336 с.

5. Тульчинский Г. Л. Менеджмент в сфере культуры: учебное пособие / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова. – СПб. : Издательство «Лань»; «Издательство ПЛАНЕТА МУЗЫКИ», 2007. – 528 с.

Автори

Кінас Ірина Олександрівна, к.е.н., доцент кафедри менеджменту та бізнесу ХНЕУ ім. С.Кузнеця (iryna.kinas@hneu.net)

Колесніченко Андрій Олександрович, студент 6 курсу факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ ім. С.Кузнеця, м. Харків, Україна (roku1111@gmail.com)

Тези доповіді надійшли 14 січня 2020 року.
Опубліковано в авторській редакції.