

10. Сідоркіна О.М. Релігійна свідомість у контексті сучасних соціальних процесів / О.М. Сідоркіна [Електронний ресурс]. – Режим доступу: jml.nau.edu.ua/index.php/VisnikPK/article/viewFile/.../9668

11. Скляр Р. Свобода, доля і християнство [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://xic.com.ua/z-istoriji-dumky/3-bogoslovja/359-svoboda-dolja-i-hrystyjanstvo>

12. Словник української мови [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sum.in.ua/s/vybir>

13. Слюсар К.С. Права людини в мусульманському праві / К.С. Слюсар // Право і суспільство. – 2017. – № 1 частина 2. – С. 32–36.

Лошак І.І.

магістрантка,

Київський національний університет культури і мистецтв

СПЕЦИФІКА ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНИХ ІВЕНТ-АГЕНЦІЙ

У ХХІ столітті виникає та прогресує тенденція розвитку івент-діяльності на вітчизняному ринку, яка потенційно може окреслити параметри виключно української специфіки. Тут варто визначити параметри, яким відповідає більшість івентів: цілі івент заходів; завдання подієвих заходів; аудиторія заходів.

Розмірковуючи про проведення заходу, кожен гарний та досвідчений організатор буде думати про те, для чого варто робити ті чи інші маніпуляції, а саме він окреслюватиме чітко цілі та завдання. Варто наголосити, що це не тотожні поняття і плутати їх не варто. Виникає питання чим же вони тоді відрізняються. На думку Завгородньої О. «Цілі – те, чого хоче досягти організатор в результаті проведення заходу. Це глобальні досягнення, заради яких проводяться заходи, стратегічний напрямок» [3, с. 135]. Вона виокремлює цілі, які можуть:

– заявити та проанонсувати новий цікавий аудиторії продукт чи послугу компанії з позиції інноваційного підходу;

– покращити та удосконалити уміння та навички проведення презентацій командою організаторів;

– привернути увагу цільової масової аудиторії до здобутків компанії-замовника та проанонсувати її діяльності;

– налагодження зв'язків з різними прошарками аудиторії;

– задіяти потенційних клієнтів, спонсорів, меценатів та партнерів;

– створити повноцінний ПР-привід;

– побудувати довгострокові взаємини з представниками ЗМІ;

– створити якісну мотиваційну політику для співробітників та партнерів;

– побудувати політику соціальної відповідальності організації;

– за можливості підтримка іміджу.

Event ніколи не відбується самотужки. Він планується цілеспрямовано, для того, щоб окреслити потреби. З урахуванням цього він може мати такі цілі:

- створення безпосереднього ефекту, наприклад демонстрація послуги чи продукту;
- систематичний вплив та співпраця з конкретними людьми через інформування, проведення освітньої політики цільової аудиторії, реалізації від продажу;
- реалізація потужної проінформованості про існуючий івент, місце його проведення, адресу, учасників, залучення уваги аудиторії тощо;
- ініціювання реалізації плану проекту, а також прагнення до залучення максимально великої кількості учасників, спонсорів, меценатів, партнерів, громадських діячів, лідерів думок та оглядачів, з урахуванням позиції їх мотивації висвітлювати подію як треба організаторам;
- перенесення якісного елементу event на об'єкт. Це може бути реалізоване шляхом залучення відомої особистості, продукт реалізації чи відомого бренду, може бути врахована концепція чи програма впровадження чи нагородження або навіть абстрактне поняття, що асоціюватиметься з івентом.

Важливим елементом тут виступає позитивність, що реалізується на фоні формуванні іміджу «...або в нарощуванні притягальної сили, набутті цінності символіки, здобутті довіри і встановленні близьких відносин. Першочергові цілі, в свою чергу, обумовлюють другорядні цілі, заходи та критерії. Типовими цілями другого плану є: забезпечення високої чисельності учасників, досягнення високої активності відвідувачів, широке висвітлення засобами масової інформації» [3, с. 137].

Таким чином, можна говорити про те, що цілі event-заходу розподіляються на два види: якісні та кількісні. Варто розглянути кожен вид.

На думку Долішнього М. «Якісні можна описати прикметниками («успішний», «професійний», «урочистий»), кількісні виміряють у цифрах, часі, грошових одиницях» [2, с. 101]. Мета event-заходів такого формату мусить бути однозначно розписаною, безапелятивною та чіткою, не варто орієнтуватись на абсурдні або не чіткі цілі.

Але, практики зазначають, що у реальності підготовки заходу дуже важко поділити цілі на окреслені критерії, адже кінцева мета івенту полягає у поєднанні кількості й якості.

Отже, на прикінцевому етапі цілі можна розподілити (за класифікацією запропонованою О. Одаренко):

– «безпосередньо орієнтовані на отримання прибутку, що проводяться в комерційних цілях приватними особами або групами. Прибуток утворюється завдяки участі у заході або в результаті дій в процесі event (продажу, укладення договорів)» [1]. У такому випадку, характер організованої події окреслює мету – залучити та утримати увагу й довіру переважної більшості тих, хто задіяний у організації, на кого орієнтується захід, тобто на співпрацю й довіру цільової аудиторії;

– «побічно орієнтовані на отримання прибутку, здійснювані приватними особами або групами в рамках вирішення власних завдань і реалізації власних цілей» [1]. У описаному випадку організованої події, варто звертати увагу на не лише на завоювання уваги учасників (що у свою чергу, сприяє побудові

позитивного бачення концепції заходу), але й на підтримку реалізації інших не менш важливих завдань. Такі івенти можуть носити ідейний характер, але переважно носять комерційний. Переважно цим користуються ті, хто замовляють організацію приватних заходів.

Отже, івенти варто визначати, на нашу думку, як низку яскравих та якісних подій, метою яких ґрунтується на бажанні просування івент-агенції яка його робить, через комунікаційні канали, що направлені на запам'ятовування та неординарні події.

Список використаних джерел:

1. Десятерник Д. Віртуальна реальність. URL: <http://www.day.kiev.ua/34041> (дата звернення: 20.09.2019).
2. Долішній М., Вачевський М., Скотний В. Маркетинг для менеджера. Стрий: Просвіта, 1993. 509 с.
3. Інформаційний портал івент-індустрії. URL: <https://event.ru/instruments/instrument-dlya-avtomatizatsiiosveshheniya-sobyitiy-v-sotssetyah/>