

**Цавкаєва Ю.В.**

**Науковий керівник: Виноградова О.В., д.е.н., професор**  
*Донецький національний університет економіки і торгівлі  
імені Михайла Туган-Барановського, Україна*

## **Актуальні проблеми становлення event-менеджмента в Україні**

В сучасних умовах розвитку ринкової економіки України, коли для підприємств головним є утримання своїх конкурентних позицій, центральне місце в діяльності підприємства займає просування його бренду засобами інвентивного менеджменту. Однак, в Україні інвентивний менеджмент має масу проблем, які не дозволяють йому розвиватися на належному рівні і завойовувати увагу та інтерес нових цільових аудиторій.

На сьогодні, розвиток ринку event-послуг на Україні достатньо важко структурувати та неможливо виміряти за допомогою строгих критеріїв, таких як об'єм, обороти, кількість гравців та інше. Тому для того, щоб зрозуміти, що трапляється на даний момент в event – індустрії, на якій стадії знаходиться її розвиток і які її перспективи, доцільно зосередити увагу на тенденціях ринку, а також проблемах, які виникають під час реалізації інвентивних програм.

Метою цієї роботи є визначення основних проблем у становленні та розвитку інвентивного менеджменту та вивчення основних тенденцій розвитку event-послуг в Україні.

Поточний стан ринку event-послуг несприятливий для його розвитку із-за ряду чинників, таких як:

- існування великої кількості компаній, які надають послуги з організації заходів [1];
- неконтрольоване ціноутворення (в компаніях нема чітко встановлених цін на послуги, відсутні строгі критерії складання кошторисів заходів);
- відсутність «цивілізованого» ведення бізнесу;
- відсутність професійного об'єднання компаній, що надають event-послуги [2];
- відсутність вищих навчальних закладів, випускаючих фахівців в області event-менеджменту.

Виходячи з цього, фахівці в області інвентивного менеджменту виділяють наступні проблеми, які виникають при реалізації інвентивних програм:

- недостатність матеріальних засобів на проведення високоякісних заходів;
- низький рівень інформованості та популяризації event - ринку и event-послуг серед потенційних клієнтів;
- невміння представників інвентивного менеджменту зацікавити потенційного клієнта та правильно подати ідею;
- недостатній професіоналізм робітників event-агентств;
- поганий стан Палаців культури, Палаців Молоді та інших майданчиків для проведення заходів.

Серед проблем необхідно відмітити зменшення купівельної спроможності потенційних event - клієнтів, пов'язаної як з глобальною економічною кризою, так і з проблемами формування національної економіки.

Достатньо серйозною проблемою є недостатня інформованість потенційних замовників про ті можливості, які їм може надати event-індустрія. Таким чином, виникає необхідність інформування клієнтів про event-ринок та популяризацію event-послуг.

Такий стан справ є специфікою бізнесу сфери послуг – клієнт часто не знає, чого хоче, не може описати, як він собі уявляє захід, не може чітко визначити його мети та, отже, надати чіткі критерії оцінювання його проведення. Його оцінка того що відбувається суб'єктивна. Проте, у event - агентств, на сьогодні, є великі можливості такі як, наявність сучасних засобів комунікацій, велика кількість нових майданчиків для проведення заходів. Також, важливим інструментом event - агентств є шоу-бізнес, що швидко розвивається, завдяки якому розвиваються такі напрямки інвентивного менеджменту, як корпоративні заходи та ін.

Event - бізнес – є важливішим інструментом при рішенні зовнішніх та внутрішніх корпоративних завдань. Грамотно організований та проведений захід піднімає рейтинг не тільки компанії, але і агентства, яке його організує.

Незважаючи на несприятливий стан ринку event – послуг та існуючих на даний момент проблем становлення інвентивного менеджменту, позитивні тенденції його розвитку на Україні мають місце.

До них належать:

- збільшення кількості професійних печатних видань присвячених event-менеджменту;
- наявність internet - ресурсів, що містять досвід розвитку event - послуг за кордоном і роботи вітчизняних фахівців;
- поява західних операторів, зацікавлених у виході на Український ринок;
- збільшення кількості універсальних незалежних event - агентств;
- підвищення якості запропонованих послуг;
- розширення спектра послуг, що надаються агентством [4].

Розглянув основні тенденції розвитку ринку event - послуг, можна припустити наступні перспективи розвитку вітчизняного event - ринку в найближчих роках:

- взаємопроникнення сфер відповідальності event та public relations (тому що на даний момент у рамках однієї акції співпрацюють два агентства: що спеціалізуються в області event та pr - компанія);
- збільшення об'єму ринку, за допомогою розширення спектра послуг що пропонуються event – агентствами;
- укрупнення та жорсткий відбір конкурентів-учасників (внаслідок збільшення вимог клієнтів до організації заходів, нерентабельні та некреативні агентства будуть витіснятися або поглинатимуться більш успішними та великими конкурентами-учасниками);
- формування стандартів якості в галузі надання event – послуг.

Виходячи з вищевикладеного, можна зробити висновок, що вказані проблеми, в більшості випадків, формуються за відсутності інформованості потенційних клієнтів про можливості інвентивного менеджменту та агентств, які його реалізують. Постійне спостереження за тенденціями розвитку ринку event – послуг, а також усунення поточних проблем, допоможуть event –

сфері зайняти лідируючу позицію в ринковій економіці України за достатньо короткий термін.