

Рівненський державний гуманітарний університет
Художньо-педагогічний факультет
Кафедра івент-індустрій, культурології та музеєзнавства

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього рівня «Бакалавр»

на тему:

Event-менеджмент у просторі індустрії дозволяє
(на теренах Рівненщини)

Виконала : здобувачка вищої освіти
першого(бакалаврського) рівня
галузі знань 02 «Культура і мистецтво»
спеціальності 028 «Менеджмент
соціокультурної діяльності»
IV курсу денної форми навчання
Хомич Юлія Сергіївна

Науковий керівник:

кандидат педагогічних наук, доцент.

Тюска Валентина Борисівна

Рецензент:

Рівне, 2024

ЗМІСТ

	Стор.
ВСТУП	3
РОЗДІЛ I. EVENT-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК СКЛАДОВА СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ПРАКТИК ХХІ СТОЛІТТЯ	9
1.1 Сутність поняття та складові event-менеджменту.....	9
1.2 Event-менеджмент в структурі дозвілля.....	22
РОЗДІЛ II. ВИКОРИСТАННЯ EVENT-МЕНЕДЖМЕНТУ В ІНДУСТРІЇ ДОЗВІЛЛЯ РІВНЕЩИНИ	34
2.1 Індустрія дозвілля Рівненщини.....	34
2.2 Інтеграція event-технологій в організацію соціально-культурної діяльності закладів сфери культури Рівненщини.....	49
ВИСНОВКИ	61
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	65
ДОДАТКИ	72

ВСТУП

Актуальність дослідження. Сфера дозвілля є невід’ємною частиною життєдіяльності соціуму, дія якого спрямована на культурний розвиток, емоційно-фізичне здоров’я та відновлення людини. Пряма залежність цілої індустрії дозвілля від споживача: його уподобань, ціннісних пріоритетів, рівня платоспроможності, створення й наслідування модним тенденціям тощо, впливає на діяльність організацій сфери культури, формуючи актуальні вектори розвитку.

Розуміння цінності дозвілля, його значення, як складової якості життя суспільства в цілому і окремого громадянина, є основою загальнонаціональної культурної політики, що віддзеркалюється на діяльності базових установ сфери культури. Водночас, загострення конкуренції вносить корективи у діяльність установ сфери культури, скеровуючи апарат управління до практичного застосування нових форм роботи. Однією із таких технологій, дія якої спрямована на успішну адаптацію організації до нових вимог та викликів є event-менеджмент.

Хоча event-менеджмент є доволі новим напрямком, що є складовою частиною не лише управління організаціями сфери культури, а й самостійним видом діяльності, більшість теоретиків і практиків вказують на високий ступінь результативності його застосування й повну відповідність споживацьким запитам XXI століття. В основу такого підходу покладено розуміння event-менеджменту як конкретного проекту, дія якого спрямована на досягнення встановленої мети. Тому, дія event-менеджменту є локальною – реалізація проекту у сфері культури, який був би актуальним, відповідав не лише сучасним споживацьким запитам, а й реалізовував основні завдання культурної політики держави.

Ступінь розробленості теми. Теоретичні й прикладні аспекти менеджменту культурно-мистецької сфери висвітлено у працях О.В. Антонюк [3], Т.Л. Повалій [47] (загально теоретичні питання), О.Б. Власенко [10] (інвективний менеджмент), О.Є. Воскресенська та А.М. Фурсов [12] (event-

менеджмент як елемент ефективного управління родієвого туризму), О.О. Даниленко [14] та В.М. Мисик [32] (сутність поняття й роль event-менеджменту в управлінні організацією), А.А. Напалкової [34] (менеджментові дослідження на ринку event-послуг), С.В. Оборської [39-40] (особливості й сучасна проблематика подієвого менеджменту у мистецтві), М.М. Поплавського [49] (event-менеджмент у індустрії дозвілля) та ін.

Розгляд мистецтва організацій громадської думки у ХХІ столітті крізь призму філософського погляду подано у монографічному дослідженні С.Д. Безклубенко [5].

Event-технології у сфері дозвілля вивчали Н.А. Власенко [54], Р.М. Володіна [11], О.В. Іванова [19], М.Ю. Пашкевич [42-43], О.М. Радіонова [50], А.В. Софієнко [54], К.В. Трухачова [54], В.В. Шукліна [54] та ін.

Особливості розвитку й практичного застосування event-менеджменту в Україні розглянуті у наукових доробках І.Я. Антоненко [2], Н.П. Бондар [37], М.Р. Володіної [11], Р.А. Громадський [60], Ю.В. Дьяченко [36], О.В. Ніколюк [36], В.В. Новікова [37], Л.Я. Малюти [31], Г.Й. Островської [31], Т.В. Савченко [36], Ю.Ю. Харитонові [58], О.А. Хитрової [58], Л.О. Шарак [37], Р.П. Шеретюк [31], Т.О. Ятлоха [60] та ін.

Сучасні культурно-мистецькі практики, у тому числі й нові форми діяльності закладів індустрії дозвілля Рівненщини вивчали Н. Бояр [6], Я. Кравчук [30], І. Нікітіна [35] та ін.

Особливості розвитку культурно-дозвілдової сфери Рівненщини перебувають у полі-зору В.Г. Виткалова та С.В. Виткалова [7-9].

У процесі розгляду практичної сторони нами використано інформацію із офіційних сайтів установ сфери культури, а саме: ДКП «Міське об'єднання парків культури та відпочинку» [17], Державного історико-культурного заповідника у м. Дубно [18], КЗ «Рівненська державна дитяча музична школа

№2» [21], КЗ «Рівненська обласна універсальна наукова бібліотека» [22], КЗ «Рівненська обласна філармонія» [23], КЗ «Рівненський академічний

український музично-драматичний театр» [24], КЗ «Рівненський академічний обласний театр ляльок» [25], КЗ «Рівненський зоопарк загальнодержавного значення» [26], КЗ «Рівненський міський палац дітей та молоді» [27], КЗ «Рівненський міський палац культури «Текстильник»» [28], КЗ «Рівненський обласний краєзнавчий музей» [29] та офіційних сайтів управління культури та туризму Рівненського міськвиконкому [55] та РОДА [56] та Рівненської обласної [52] та міської [51] рад та її виконавчих комітетів.

Об'єктом дослідження є індустрія дозвілля як явище в соціокультурній сфері.

Предметом дослідження кваліфікаційної роботи є специфіка event-менеджменту у просторі індустрії дозвілля Рівненщини.

Метою кваліфікаційної роботи є вивчення особливостей використання event-менеджменту в індустрії дозвілля Рівненщини.

Досягнення встановленої мети передбачає вирішення наступних **завдань**:

- вивчити сутність поняття та складові event-менеджменту;
- з'ясувати роль та місце event-менеджменту у структурі дозвілля;
- охарактеризувати індустрію дозвілля Рівненщини;
- описати інтеграцію event-технологій в організацію соціально-культурної діяльності закладів сфери культури Рівненщини.

Теоретичну базу бакалаврської роботи становлять наукові праці вітчизняних та зарубіжних дослідників, розвідки яких стосуються питань управління організаціями індустрії дозвілля.

У ході виконання дослідження було використано:

- метод «наукові факти», що зводяться до використання результатів проведених наукових розвідок вітчизняними та зарубіжними дослідниками. Використання цього методу дає можливість використати опис окремих випадків успішного впровадження event-технологій у практичній діяльності

організацій сфери культури;

– методи дедукції та індукції, за допомогою яких вивчені основні складові, загальні принципи, взаємозв'язки event-менеджменту як складової успішної діяльності організацій індустрії дозвілля;

– об'єднання отриманих даних та висновків для створення комплексного уявлення про event-менеджмент та особливості його використання організаціями індустрії дозвілля здійснювалось із використанням методу синтезу та узагальнення.

Наукова новизна кваліфікаційної роботи:

– систематизовано наукову інформацію щодо сутності поняття «event-менеджмент» й виокремлено шість базових напрямків трактування дефініції;

– подано авторське бачення спільних та відмінних рис культурно-дозвіллевої діяльності та event-менеджменту;

– описано процес інтеграції event-технологій у практичну діяльність закладів сфери культури Рівненщини.

Практична значимість кваліфікаційної (бакалаврської) роботи.

Результати виконаного дослідження є цінними для міських та обласних органів управління сферою культури Рівненщини, а також для керівництва комунальних закладів культури, адже інформація може бути використана для покращення управлінських функцій.

Теоретичні матеріали й практичні відомості можуть бути використані у процесі підготовки (розробки навчальних матеріалів) й викладання спеціалізованих курсів соціокультурного менеджменту.

Апробацію результатів дослідження здійснено на трьох науково-практичних конференціях. А саме:

1. Хомич Ю. С. Дозвіллевий простір Рівненської обласної наукової бібліотеки. *Українська і світова культура в умовах глобалізаційних викликів та війни: Програма XIX Міжнар. наук. – практ. конф.*, 16 – 17 листопада 2023 р. / укл.: Виткалов С. В., Виткалов В. Г. Рівне : РДГУ, 2023. С.35. [39 с.] .

2. Хомич Ю.С., Тюска В.Б. Цифрові форми дозвілля в соціокультурних закладах м. Рівного (на прикладі РОУНБ). *Інформаційні технології в соціокультурній сфері, освіті та економіці: Програма Міжнародної науково-практичної конференції студентів і молодих учених. 24-25 квітня 2024 р.* Київ: КНУКіМ, 2024. С. 9. [16 с.] .
3. Хомич Ю. С. Розвиток дозвіллевої індустрії на Рівненщині. *Програма звітної наукової конференції викладачів, співробітників і здобувачів вищої освіти Рівненського державного гуманітарного університету за 2023 рік(16–17 травня 2024 року).* Рівне: РДГУ, 2024. С.104. [113с.].

Публікація:

1. Хомич Ю.С., Тюска В.Б. Цифрові форми дозвілля в соціокультурних закладах м. Рівного (на прикладі РОУНБ). *Інформаційні технології в соціокультурній сфері, освіті та економіці: матеріали Міжнародної науково- практичної конференції студентів і молодих учених. 24-25 квітня 2024 р.* / М-во освіти і науки України; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. Київ : Видавничий центр КНУКіМ, 2024. С.203-206. [209с.].

Структура бакалаврської роботи: результати виконаного дослідження оформлені у відповідності до вимог стандарту: вступна частина, два основні розділи, висновки, список використаних джерел та додатки.

У вступній частині окреслена актуальність теми, визначено предмет та об'єкт дослідження, встановлено мету й завдання, описані наукові методи, теоретична цінність й практичне значення роботи та її структуру.

Перший розділ роботи «Event-менеджмент як складова соціокультурних практик ХХІ століття» складається із двох підпунктів, у яких розглядається категоріально-понятійний апарат дослідження (поняття «event» та «event-менеджмент»), складові event-менеджменту та його роль у структурі дозвілля.

Другий розділ «Використання event-менеджменту у індустрії дозвілля Рівненщини» складається із двох підрозділів, у яких охарактеризовано індустрію дозвілля Рівненщини та описано процес інтеграції event-технологій в організацію соціально-культурної діяльності закладів сфери культури Рівненщини.

У загальних висновках подано підсумки результатів дослідження у відповідності до поставлених завдань.

Загальний обсяг роботи складає 75 сторінок друкованого тексту (основна частина – 65 сторінки), список використаних джерел налічує 60 найменувань.

РОЗДІЛ I. EVENT-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК СКЛАДОВА СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ПРАКТИК ХХІ СТОЛІТТЯ

1.1 Сутність поняття та складові event-менеджменту

Дослідження обраної теми почнемо із визначення сутності основних понять, базовим із яких є дефініція «event».

Дефініція «event», що має британське походження, увійшла у коло вживаних на теренах України слів відносно недавно. У дослівному перекладі із англійської «event» означає «особливо важлива подія» або «інцидент». Наразі дефініція event як у побутовому, так і у науковому обороті, вживається без перекладу як запозичений іншомовний термін або ж його транслітерація «івент» [14].

У тлумачному англійсько-українському словнику знаходимо такий опис терміну «event»: випадок, зустріч, подія, світський прийомом, захід, спортивні змагання. Кембриджський словник дає наступне визначення, «event» є діяльністю, що запланована та розрахована на певну кількість запрошених (людей).

У оксфордському словнику англійської мови зазначено: «event» є подією соціальною, яку заздалегідь планують і проводять із певною метою. Здебільшого вона є важливою подією для соціуму.

Т.О. Ялоха та Р.А. Громадський, посилаючись на британську дослідницю Д. Дж. Сільверс, зазначають, що «event» трактується як зібрання у визначений час та встановленому місці людей з певною, встановленою організаторами метою [60, с. 181]. Метою зібрань можуть бути спілкування, святкування, навчання, відпочинок, примирення тощо.

Британський дослідник Д. Гетза, у науковій розвідці вказує на те, що «event» має дві «ключові» особливості. Перша – це унікальність й неповторність кожного заходу, а другою є час проведення, тобто тривалість [60, с.181].

О.А. Хитрова та Ю.Ю. Харитоновна [58, с. 28] зазначають, що event характеризують тривалість та історія. Саме тому їх доцільно розглядати не як тимчасові явища, а як послідовність дій, та процесів, що відбуваються у конкретний момент часу.

За твердженням О.О. Даниленко «event» є спеціально створеним заходом, певним інструментом подієвого маркетингу, за допомогою якого відбувається певне маніпулювання думкою й вплив на поведінку спеціально запрошеної на event аудиторії [14].

М.Ю. Пашкевич у науковому дослідженні зазначає: «event – це особливі, виняткові, пам'ятні події які здебільшого спрямована на просування певної компанії, продукції (послуг або товарів) чи бренду на ринку» [42, с. 29].

Аналогічну точку зору поділяє й В.М. Мисик та О.М. Радіонова. У своїх наукових роботах дослідники трактують дане поняття як «захід, який відбувається у колі окремо запрошених учасників дійства які мають потребу чи бажання відсвяткувати «особливі події» у своєму житті чи певні події які є особливими для історії й культури соціуму [50, с.30-31].

М.Р. Володіна визначає «event»; як «подію, що має на меті об'єднати (згуртувати) людей для спільного спілкування й святкування, продемонструвати повагу до певної пам'ятної дати в історії окремої людини, організації, суспільства» [11, с. 104].

Зарубіжні дослідники також звертають увагу на унікальність івентів. А.Шон і Б.Перрі відзначають такі найважливіші ознаки event як неповторність і вихід за рамки буденності. З ними погоджуються Дж. Там, П.Нортон, Дж. Нева, які вважають, що event унікальний. На думку дослідників, саме ця властивість вирізняє event-заходи, адже до фактичного початку їх проведення організатори встановлюють унікальні завдання, що робить подію неповторною й відмінною за помір інших соціокультурних подій [14].

Група науковців, серед яких Л.Я. Малюта, Р.П. Шерстюк, Г.Й. Островська, пропонують поділяти події на «event» і «special event». Останні розглядаються в Україні у контексті «спеціальна подія» й аналізується

як «одноразовий» або «багаторазовий» захід, який не входить у звичайну діяльність компанії. Проте завдячуючи цьому заходу створюється можливість для усіх учасників одержати унікальний соціокультурний досвід [31, с.221]. Як зазначає О.М. Радіонова «event» є лімітованими у часі заходами, що можуть бути як планові, так і поза планові. Водночас спеціальні події завжди заплановані. Також дослідниця вводить термін «planned events», який перекладається як «сплановані заходи» [50].

За твердженням М.М. Поплавський головною перевагою будь-якого event є «встановлення безпосереднього контакту між клієнтом (продуктом, брендом) та аудиторією, так званого «створення особливого емоційного зв'язку» [49, с.187]. Додайте сюди тривалість контакту та створення комплексу емоційних переживань, безпосередньо пов'язаних із брендом/продуктом та результатом події є встановлення зв'язку між брендом і аудиторією.

Відтак, захід («event») перетворюється у спеціальне явище основним призначенням якого є демонстрація культури товариства. Такий підхід до сутності поняття event розглядає його у контексті діяльності, що спрямована на вшанування (відображення) культурних цінностей соціуму, і для якої характерно використання ритуалів і традицій [14].

Поняттю «event» притаманні певні стійкі властивості:

- такі заходи мають сприйматися як виняткові події;
- воно є винятковим на думку учасників;
- позитивне сприйняття стимулює учасників до активності;
- продумана організація та сплановане інсценування є запорукою успіху.

Вітчизняні дослідники К.В. Трухачова, Н.А. Власенко, О.Є. Воскресенська, А.В. Софієнко, В.В. Шукліна у науковому дослідженні зазначають: під івентом (event) слід розуміти заздалегідь запланований соціально-суспільний захід (подію), який має відбутися у встановлений час, із конкретною метою [54, с.232]. Цей захід відрізняється від буденних (поточних) заходів, і може становити «резонанс для суспільства». Цей ефект

«резонансу» досягається за рахунок чіткого планування й бездоганного виконання кожної запланованої організаційної складової.

Можна вважати складовими успішного eventa – це креативність, унікальність, незвичність, індивідуальний підхід. Перерахуємо характеристики, що вказують на винятковості event-заходу, події:

- воно дороге як пам'ять, залишається в ній як винятково позитивна подія;
- воно не приймає жодних повторень;
- відрізняється різноманіттям подій, сприйняття та взаємодій;
- спонукає учасників до дії, дає додаткові вигоди та ефекти;
- воно має бути професійно сплановане, оформлене, організовано інсценоване;
- з погляду учасників, ця подія має бути винятковою, унікальною тощо.

Таким чином, спеціально організовані заходи призначені для того щоб викликати у клієнта стійкий позитивний емоційний стан, що забезпечує лояльність до організації та позитивну репутацію замовника та організаторів. Важливо пам'ятати, що для ефективно організації подій є чітке слідування принципам художньої драми: зав'язка, кульмінація, розв'язка. Дотримання чіткої послідовності проведення подій дозволяє підтримувати аудиторію в постійному емоційному напруженні, допомагає зібрати і утримати увагу.

У провідних країнах західної цивілізації event є індустрією сфера охоплення якої має масштабований характер – від приватних вечірок до заходів міжнародного масштабу (приміром весільна церемонія членів Британської королівської сім'ї або Інавгурація президента однієї із країн тощо).

Унікальність event створюється завдячуючи використанню спеціальних технологій, у тому числі технології управління, яка увійшла і у науково-дослідницьке і у повсякденне використання як event-менеджмент.

Під event-менеджментом, за твердженням В.М. Мисик, варто розуміти особливий вид управлінської діяльності, який спрямований на управління

різними соціокультурними заходами ділового (виставки, ділові зустрічі, конференції, ярмарки, конгреси, соціальні ініціативи, маркетингові заходи тощо) та тімбілдингового спрямування у процесі діяльності організацій, що спрямований досягнення певної мети. Особливістю event-менеджменту є його базова основа, яка на думку В.М. Мисиск полягає у застосуванні основних положень загальної теорії менеджменту [32, с.145].

Опрацювавши наукові дослідження вітчизняних науковців, які присвячені досліджуваній нами проблематиці можемо стверджувати про те, що event-менеджмент розглядається як функція, вид діяльності, процес, спосіб комунікації, спеціальна технологія, інструмент або засіб досягнення мети (див. рис. 1.1).



Рисунок 1.1. Напрямки трактування дефініції «event-менеджмент».

Розглянемо зазначені підходи більш детально.

1. Прихильники функціонального підходу розглядають event-менеджмент як блок базових й спеціальних функцій до переліку яких увійшли планування, організація, координація, регулювання, контроль, маркетингова діяльність, управління ризиками тощо.

Відповідно із цим підходом базовою функцією event-менеджменту є планування події із урахуванням усіх деталей: вибір правильної локації, створення розкладу події, планування усіх організаційних складових, запрошення учасників, підбір спонсорів, планування, у разі необхідності рекламної кампанії тощо. Унікальною функцією, яку обов'язково виконують професіонали високого класу є функція управління ризиками яка передбачає прогнозування усіх найбільш ймовірних подій (приміром зміна погоди тощо) й неадекватних ситуацій (негативні реакції учасників, різке погіршення здоров'я одного із учасників тощо) й максимальну локалізацію негативу й вирішення проблем, які можуть виникнути під час проведення події.

2. Event-менеджмент – це вид діяльності, який пов'язаний із організацією спеціальних подій з метою досягнення конкретної мети. Це включає в себе весь комплекс організаційних заходів, починаючи від визначення мети події і обрання місця проведення, закінчуючи контролем за бюджетом та оцінкою результатів.

Основною метою event-менеджменту є створення якісних та вражень, що запам'яталися усім учасникам події. Це можна досягти завдяки професіоналізму та креативності в організації заходу. Також важливо враховувати потреби цільової аудиторії, їхні інтереси та очікування, щоб забезпечити успішний результат.

Event-менеджмент вимагає високої організаційної та комунікаційної компетенції. Ефективний менеджер подій повинен бути здатний працювати під тиском, швидко приймати рішення, контролювати процеси та ефективно спілкуватися з усіма учасниками заходу. При успішному проведенні події event-менеджер забезпечує задоволення і задоволення гостей, досягає

поставлених цілей замовника та відображає позитивний імідж організатора або компанії.

4. Event-менеджмент може бути розглянутий як програма управління проектами, оскільки обидва ці поняття мають багато спільних рис і принципів. Управління проектами полягає у плануванні, виконанні та контролі проекту для досягнення певної мети до певного терміну. Схожим чином, event-менеджмент включає в себе планування, координацію та виконання події для досягнення встановленої мети за певний час.

Основні принципи управління проектами, такі як визначення мети, ресурсів, ризиків, вартості та контролю, також застосовуються до event-менеджменту. Процес планування події можна розглядати як фази проекту, де кожен етап вимагає конкретних дій та прийняття рішень. Також для обох областей характерно використання графіків, бюджетування, комунікація з учасниками та контроль за виконанням завдань.

У обох випадках успішне управління проектом або подією вимагає від керівника вмінь планувати, координувати роботу команди, контролювати виконання завдань, вирішувати проблеми та аналізувати результати. Крім того, в обох сферах важливе увагу приділяти комунікації з учасниками та партнерами, щоб забезпечити ефективну співпрацю та вирішення конфліктів. Це підкреслює спільний підхід до управління як проектами, так і подіями, який базується на заздалегідь спланованих етапах, систематичному підході до вирішення завдань та постійному моніторингу результатів. Такий підхід допомагає забезпечити успішне завершення проекту або події та досягнення поставленої мети.

Як кожен проект, будь-яка подія має початок та завершення. Починається вона з постановки цілей, які мають вирішувати майбутню подію, а завершується підбиттям підсумків, а саме: чи досягнуто поставленої мети. Залежно від поставленої мети вибудовується логістика, драматургія, сценографія заходу, та потім наймаються підрядники і вирішуються й інші питання. При цьому щоразу це новий проект, він не повинен мати аналогів, але

лише одне незмінно – event-менеджмент: планування, організація, контроль, проведення. Усі ці складові рівноцінні. Також важливою є і сама організація проекту-зустрічі, переговори. З усього цього складається event-менеджмент.

4. Event-менеджмент розглядають як спеціальну технологію, яка спрямована на організацію заходу з метою досягнення певного результату.

Різні підходи дають комплексне уявлення про зміст «івента» та функціональність спеціальної події, що дає можливість розглядати даний феномен з точки зору його технологічної сутності.

Змістовне наповнення терміну «технологія» вимагає трактування як спосіб застосування теоретичних висновків соціально-культурної діяльності у практичних цілях.

Ця галузь вимагає від фахівців широкого спектру навичок і знань для успішного проведення будь-яких заходів, починаючи від конференцій і корпоративних заходів і закінчуючи фестивалями та виставками.

Основна мета event-менеджменту полягає в тому, щоб забезпечити якісну організацію та проведення заходів в умовах обмеженого часу, ресурсів та бюджету. Ця технологія включає в себе такі етапи, як аналіз потреб клієнта, розробка концепції події, вибір локації, планування програми, координація учасників та постподійна оцінка результатів [50, с.35].

Для успішного виконання завдань в галузі event-менеджменту необхідні такі навички як вміння працювати під тиском, гнучкість у прийнятті рішень, лідерські якості, високий рівень організаційної та комунікаційної здатностей та стресостійкості, уміння працювати в команді та великий досвід у сфері управління заходами.

Загалом, event-менеджмент можна розглядати як складну технологію, що поєднує в собі елементи мистецтва, науки та бізнесу. Він вимагає від фахівців великої кількості компетентностей, починаючи від творчості та технічної майстерності й закінчуючи умінням ефективно керувати ресурсами та взаємодіяти з різними зацікавленими сторонами. Успішний event-менеджер повинен мати глибокі знання про тенденції у сфері подій, вміння

аналізувати ринок та конкуренцію, а також володіти високим рівнем креативності та інноваційного мислення.

5. Практично у всіх вище зазначених описах твердженнях event-менеджменту використовувалося словосполучення «як засіб досягнення мети». І це не дивно, адже event-менеджменту є елементом бізнес-діяльності, а практично уся вона є цілеспрямованою. Проте розглядаючи event-менеджмент як засіб досягнення мети ми можемо визначити дві позиції: по-перше, це досягнення мети організатора, а по-друге - це досягнення мети замовника чи запрошених на захід учасників.

Так, приміром event-менеджмент допомагає чітко визначити цілі та завдання конкретної події. Це може бути запуск нового продукту, підвищення пізнаваності бренду, залучення нових клієнтів або підтримка вже існуючих відносин зі споживачами. Чітка формулювання мети допомагає зосередити увагу на досягненні результатів.

Крім того, через event-менеджмент можна підвищити участь та зацікавленість цільової аудиторії. Залучення учасників через цікаві події, розважальні програми та інтерактивні формати сприяє покращенню комунікації з аудиторією та підвищує їхню залученість.

Загалом, event-менеджмент може бути важливим інструментом для досягнення різних бізнес- та маркетингових цілей. Досягнення успіху в цій галузі вимагає не лише творчості та інноваційності, але й стратегічного підходу та вміння працювати з ризиками та непередбачуваними ситуаціями. Враховуючи широкий спектр можливостей, які надає event-менеджмент, можна зробити вірний вибір для досягнення поставлених цілей та успішного розвитку бізнесу.

6. Event-менеджмент або подійний маркетинг – це найновіший спосіб комунікації компанії зі споживачами, який дозволяє залишити у споживача позитивну думку про бренд. Головне завдання подійного маркетингу – просування бренду серед цільових споживачів шляхом організації заходів, пов'язаних із брендом та його просуванням.

Event-менеджмент відрізняється від реклами на телебаченні, радіо, журналах тощо, тільки тим, що він розраховується на цільову аудиторію, тобто, на людей, які зацікавлені у придбанні продукції компанії. Для організації події необхідно розписати сценарій даної події, визначити вікову групу тощо.

Event-менеджмент дозволяє компаніям у разі збільшити свої продажі товарів та підняти рейтинг, що є безперечним плюсом для компанії, яка прагне розвитку. Такі заходи як event-management також активно залучають інвесторів, адже якщо компанія цінує свою репутацію і просуває свій бренд, то дана компанія матиме довгострокові перспективи, а, отже, інвестори охоче вкладатимуть фінанси і, тим самим, зростатиме оборотний капітал компанії, що дозволить їй вийти новий рівень.

Event-менеджмент є важливим засобом комунікації, оскільки він спрямований на організацію та проведення подій з метою взаємодії з аудиторією. Цей процес включає в себе планування, координацію та проведення заходів з метою досягнення конкретної мети. Під час проведення подій через event-менеджмент відбувається активна комунікація з різними зацікавленими сторонами, такими як учасники, спонсори, партнери та загальна громадськість.

Один з важливих аспектів, які роблять event-менеджмент ефективним засобом комунікації, – це здатність створювати та підтримувати сприятливе середовище для взаємодії. Під час проведення подій люди мають можливість спілкуватися, обмінюватися ідеями та думками, встановлювати контакти та розширювати свою мережу професійних зв'язків. Це сприяє підвищенню обізнаності, створенню партнерства та розвитку відносин [43, с.177].

Крім того, event-менеджмент дозволяє ефективно комунікувати повідомлення, ідеї та цінності через різні канали. Під час проведення заходів організатори можуть використовувати різноманітні засоби комунікації, такі як промоакції, прес-релізи, соціальні мережі та інші, для того, щоб донести до аудиторії своє повідомлення. Це дозволяє залучити увагу широкого кола людей та вплинути на їх сприйняття.

Додатково, event-менеджмент допомагає підсилити бренд та підвищити його пізнаваність через активну участь у подіях. Проведення різноманітних заходів, таких як конференції, форуми, виставки тощо, дозволяє підвищити свідомість про компанію, продукт чи послугу серед цільової аудиторії. Таким чином, за допомогою event-менеджменту можна підвищити інтерес до бренду та залучити нових клієнтів.

Наприкінці, event-менеджмент дозволяє створити емоційне з'єднання з аудиторією через спільні враження та досвід. Під час участі у заходах люди переживають різноманітні емоції, спільно діляться враженнями та створюють спеціальні спогади, що сприяє зміцненню взаємин та позитивному сприйняттю бренду. Це робить event-менеджмент ефективним інструментом комунікації, який дозволяє спілкуватися з аудиторією не лише на раціональному, а й на емоційному рівні.

Описуючи event-менеджмент можна звернути увагу на частоту повторюваності таких понять як фахівці, функції, спеціальні технології. Усі вони є складовими event-менеджменту (див. рис. 1.2).



Рисунок 1.2. Базові складові event-менеджменту.

Людина-організатор в event-менеджменті відіграє значиму роль у забезпеченні успіху події, адже бере на себе відповідальність за кожен аспект підготовки заходу від планування до виконання. Саме тому організатор повинен володіти спеціальними навичками й розвивати у собі певні якості, щоб мати можливість ефективно керувати процесом.

По-перше, організатор повинен мати відмінні комунікаційні навички, що дозволить ефективно спілкуватися з усіма сторонами - від клієнтів до постачальників і співробітників. Важливо мати здатність чітко висловлювати вимоги і очікування, а також слухати і враховувати побажання інших учасників процесу.

Окрім того, організатор повинен мати відмінні організаційні здібності. Це включає вміння ефективно управляти часом, ресурсами і бюджетом події. Планування кожного етапу і забезпечення вчасного виконання завдань є важливою складовою успішної реалізації заходу [54, с.235].

Важливо мати творчий підхід до розв'язання проблем. Часто виникають непередбачені ситуації під час підготовки події, і організатор повинен бути готовим швидко діяти і знаходити ефективні рішення. Гнучкість і винахідливість також допомагають забезпечити успішне втілення ідей і концепцій події.

Також організатор повинен бути стресостійким, що дасть можливість керувати стресом й працювати в умовах «підвищеної уваги». Event-менеджмент часто вимагає швидких рішень і мобільності, тому організатор повинен бути витриманим і впевненим у своїх можливостях.

Успішний організатор повинен мати великий досвід і знання в галузі event-менеджменту. Розуміння процесів планування, координації і виконання подій допомагає зробити кожну подію унікальною та такою, що запам'яталася гостями.

З позиції функціонального підходу складовими event-менеджменту є:

– стратегічне планування: це перший і ключовий етап, де визначаються мета та цілі події, цінності замовника й організатора. На цьому етапі також

визначаються цільова аудиторія, бюджет та ресурси, необхідні для проведення події;

– розробка концепції: на цьому етапі визначається тематика, формат та програма події. Організатори також вирішують питання пов'язані з локацією, декораціями, розкладом події та іншими деталями;

– маркетинг та реклама: після розробки концепції важливо приступити до просування події серед цільової аудиторії (у разі якщо це передбачено метою заходу). Це може включати в себе використання соціальних мереж, рекламних кампаній, PR-акцій тощо;

– планування: на цьому етапі проводиться детальне планування всіх аспектів події, включаючи роботу з постачальниками, резервування локації, координацію учасників та персоналу;

– виконання та контроль: під час проведення події важливо забезпечити безперервний контроль за всіма процесами, вирішувати виникаючі проблеми та забезпечити високий рівень обслуговування для гостей;

– оцінка результатів: після завершення події необхідно провести аналіз результатів, визначити сильні та слабкі сторони, зробити висновки та рекомендації для майбутніх подій.

Одним із ключових аспектів event-менеджменту є використання технологій для полегшення процесів планування та виконання заходів. Сучасні програми та онлайн-інструменти дозволяють автоматизувати багато аспектів організації подій, такі як керування гостьовими списками, реєстрація учасників, планування розкладу заходу та комунікація з учасниками через різноманітні платформи [39, с.60].

У сучасних умовах event-менеджмент також включає в себе використання цифрових технологій, таких як віртуальна реальність та онлайн-трансляції, що дозволяють розширити аудиторію заходу та забезпечити більш глибокий зв'язок з учасниками події.

Загалом, event-менеджмент можна розглядати як складну технологію, що поєднує в собі елементи мистецтва, науки та бізнесу. Він вимагає від

фахівців великої кількості компетентностей, починаючи від творчості та технічної майстерності й закінчуючи умінням ефективно керувати ресурсами та взаємодіяти з різними зацікавленими сторонами. Успішний event-менеджер повинен мати глибокі знання про тенденції у сфері подій, вміти аналізувати ринок та конкуренцію, а також володіти високим рівнем креативності та інноваційного мислення.

1.2 Event-менеджмент в структурі дозвілля

Дозвілля, у всій своїй багатоманітності, характеризується значною виховною цінністю, що дає змогу розглядати його не лише як засіб культурного розвитку людини, але й як необхідну умову, що впливає на рівень комфорту та якість сучасного життя. Ми цілком погоджуємось із М. Поплавським, який у монографічному дослідженні вказує на те, що культура є складним суспільним феноменом, який відіграє значну роль у життєдіяльності людини: праця, побут, дозвілля, спосіб життя як окремої особи, так й усього суспільства, менталітет тісно пов'язані з рівнем розвитку культури [49, с. 189].

Майбутнє світової цивілізації безпосередньо залежить від вектору культурних трансформацій, що актуалізує осмислення ролі та значення дозвілля, як глобального соціокультурного феномену. Будучи потужним інструментом поширення культурних інновацій у світі, індустрія дозвілля формує значний сектор економіки провідних європейських держав.

Дослідники, що вивчають дозвіллеву діяльність, дають наступне визначення поняття «дозвілля» – це сфера вільної, нерегламентованої поведінки людини, можливість вільного вибору дозвіллевих занять, що охоплюють мистецтво, гру, спілкування, розваги, художню творчість тощо [1].

Однією з важливих рис культурного дозвілля є його емоційне забарвлення, що дозволяє надати нові враження чи вивести старі на новий

рівень. До того ж, коли людині дають можливість займатися улюбленим заняттям, відвідувати місця культурного зростання, заводити нові знайомства, це робить його життя більш цікавим та різноманітним. Людина може вийти зі свого негативного стану та відновитись як фізично, так і морально.

Організація відпочинку є процесом, у якому потрібно залучити кожного учасника у особливий емоційний стан і поєднати інтереси різних людей [3, с.108].

Проведені дослідження дозволяють виділити такі основні функції культурного дозвілля:

- рекреаційну, спрямовану на відновлення психічної та фізичної енергії особистості;
- розвиваючу, спрямовану на розвиток особистості;
- деструктивну, спрямовану на організацію антисоціального дозвілля;
- культурну, спрямовану на залучення до культурних цінностей;
- гедоністичну, спрямовану отримання задоволення;
- оздоровчу, спрямовану на покращення здоров'я за рахунок залучення до фізичної культури та спорту, інтенсифікації рухової активності, отримання емоційного розвантаження.

Структура дозвілля має цілісний вигляд, до якого входить кілька рівнів, що відрізняються психологічною, емоційною значимістю та ступенем активності:

- простий відпочинок, що служить для відновлення сил, витрачених на роботу, що поділяється на пасивний та активний;
- розваги - дозвілля, що спрямоване на формування радісних емоцій, що відволікає від повсякденних турбот, та доставляє задоволення.
- пізнавальна діяльність - цілеспрямоване вивчення літератури, відвідування різних культурних заходів.
- творча діяльність - потреба у творенні, властива багатьом людям, що надає емоційне задоволення і є засобом духовного вдосконалення [50, с.18].

Слід зазначити, що культурно-дозвіллева діяльність спрямована на задоволення потреб окремої особистості, на вплив суспільства загалом.

Таким чином, можна зробити висновок, що заходи культурно-дозвіллевої діяльності допомагають людині у своєму культурному розвитку, дозволяють розслабитися та провести свій вільний час за улюбленим захопленням. З іншого боку, різні види культурно-дозвіллевої діяльності можуть зберегти та зміцнити здоров'я та дозволять отримати задоволення від самого процесу та його результату.

Наразі дозвіллева діяльність видозмінюється у відповідності до культурних запитів споживачів (населення) під тиском таких зовнішніх чинників як політичні обставини, економічні умови розвитку країни (або окремої території), розвиток наукових досягнень.

Так, в останній чверті ХХ століття, дефініція «культурне дозвілля» увійшло у науковий обіг. У період становлення України як незалежної держави суттєві зміни відбулися у всій структурі культурного дозвілля. Було закрито безліч кінозалів, клубів, різних секцій та гуртків. Культурне дозвілля переживало не найкращий час через штучне стримування багатьох напрямків. Але це дало стимул майбутнього розвитку. До 2000 року, коли гострота проблеми культурного дозвілля стала виявлятися найбільш відчутно, почали знову відкриватися різні культурні установи для дорослих та дітей.

Мистецтво стало доступнішим і протягом короткого часу більшість ніш зі створення дозвілля виявилось заповненими і почали з'являтися нові форми залучення людей.

Дозвілля у сучасному вигляді пропонує безліч різних пропозицій. У країні стала виявлятися тенденція потреби у якісних послугах у різних розважальних центрах, що пропонують велику кількість різних послуг [58, с.30].

У той же час відчувається розрив між потребами більшої частини населення культурно-оздоровчих послуг та відносно високою вартістю проведення дозвілля сучасного типу.

Аналіз різних форм культурно-дозвіллевої діяльності дозволяє запропонувати та їх типологію, що включає з позицій змістовної та мотиваційної діяльності такі типи:

- рекреативний тип, що поєднує у собі різні види відпочинку та розваг, туризм, спорт, відвідування танцювальних клубів, ресторанів тощо;
- культурно-споживчий тип, що включає безліч різних напрямів, об'єднаних однією складовою - споживанням духовних цінностей (читання книг, журналів, перегляд телепрограм, відвідування музеїв і т. д.);
- культурно-творчий тип, що включає різні види дозвілля, створені задля творення чи відтворення духовних цінностей [46, с.109].

Наразі, під впливом науково-технічного прогресу й ряду економічних чинників, ЗМІ зазнали «базових форм» дозвіллевої діяльності. Вона постала перед людьми своєю багатогранною різноманітністю, з'явилася велика кількість векторів розвитку, людині стали доступні багато напрямів і форм культурно-дозвільної діяльності.

Поряд із базовою діяльністю, що здійснюється у дозвіллевій сфері з'являється певний різновид – event. В основу якого, у переважній більшості випадків, покладено комерційну складову. Тому поняття культурного дозвілля, організація якого є предметом діяльності Event-компаній, що розглядається з позицій професійної діяльності індивідуумів та їх поведінки, набуло в сучасному світі в порівнянні з попередніми періодами інший зміст. У суспільстві поняття «культура» не розглядається у контексті лише культурного споживання. Культура на сучасному рівні є живим процесом, у якому людина може розкрити свою спрагу пізнань. Вона може вибрати будь-яке культурне заняття на свій смак, долучитися до будь-якого виду мистецтва, брати участь у культурних заняттях, мати свободу вибору для самоорганізації культурно-дозвільної діяльності [58, с.31].

Сучасне суспільство переосмислило поняття культури, що розглядається вже не лише з позицій ідеології та культурного обслуговування, а й можливості саморозвитку особистості. Як можна зрозуміти з вищесказаного, культурне дозвілля є важливою частиною культури, при цьому воно володіє, зберігає та вдосконалює відповідну службову функцію.

Фахівці в галузі культури розділилися у своїх думках щодо визначення поняття культурного дозвілля. Більшість їх розглядають дозвілля, як час, який зайнято роботою і використовується людиною на власний розсуд; інші ж вважають, що дозвіллева діяльність представляє специфічну форму дозвілля та дозвіллевих занять [46, с.110].

При цьому психологи звертають увагу на аспекти забезпечення задоволеності особистості дозвіллевими потребами, формуванням установок і цінностей.

У той же час соціологи стверджують, що дозвілля має дозволяти індивіду пізнати відчуття свободи через можливість індивідуального вибору напряму, форми та організації його проведення.

Культурно-дозвіллева діяльність та event-менеджмент, обидва включають організацію подій, але мають свої унікальні особливості. Узагальнені відомості про спільні й відмінні ознаки для зручності сприйняття представлені на рис. 1.3.

Слід зазначити, що подані на рис. 1.3 відомості є узагальненими, адже культурно-дозвіллева діяльність і event-менеджмент мають багато спільних ознак, оскільки обидві сфери зосереджені на створенні, плануванні та виконанні подій, які надають соціокультурний або розважальний вплив на аудиторію. Використовуючи управлінсько-технологічний підхід, на нашу думку, до спільних ознак також слід віднести:

– «концепцію та планування». Як у культурно-дозвіллевій діяльності, так і в event-менеджменті важливу роль відіграє ретельне планування події.

Визначення цілей, аудиторії та тематики, розробка концепції та програми – це ключові етапи у обох напрямках;

– «менеджмент ресурсів». У культурно-дозвілєвій діяльності та event-менеджменті необхідно ефективно управляти ресурсами – фінансовими, людськими, раціонально використовувати матеріально-технічні ресурси й уміло застосовувати ресурси інформаційні. Адже ефективне використання ресурсів є запорукою успішної організації заходів не залежно від їх виду та призначення;

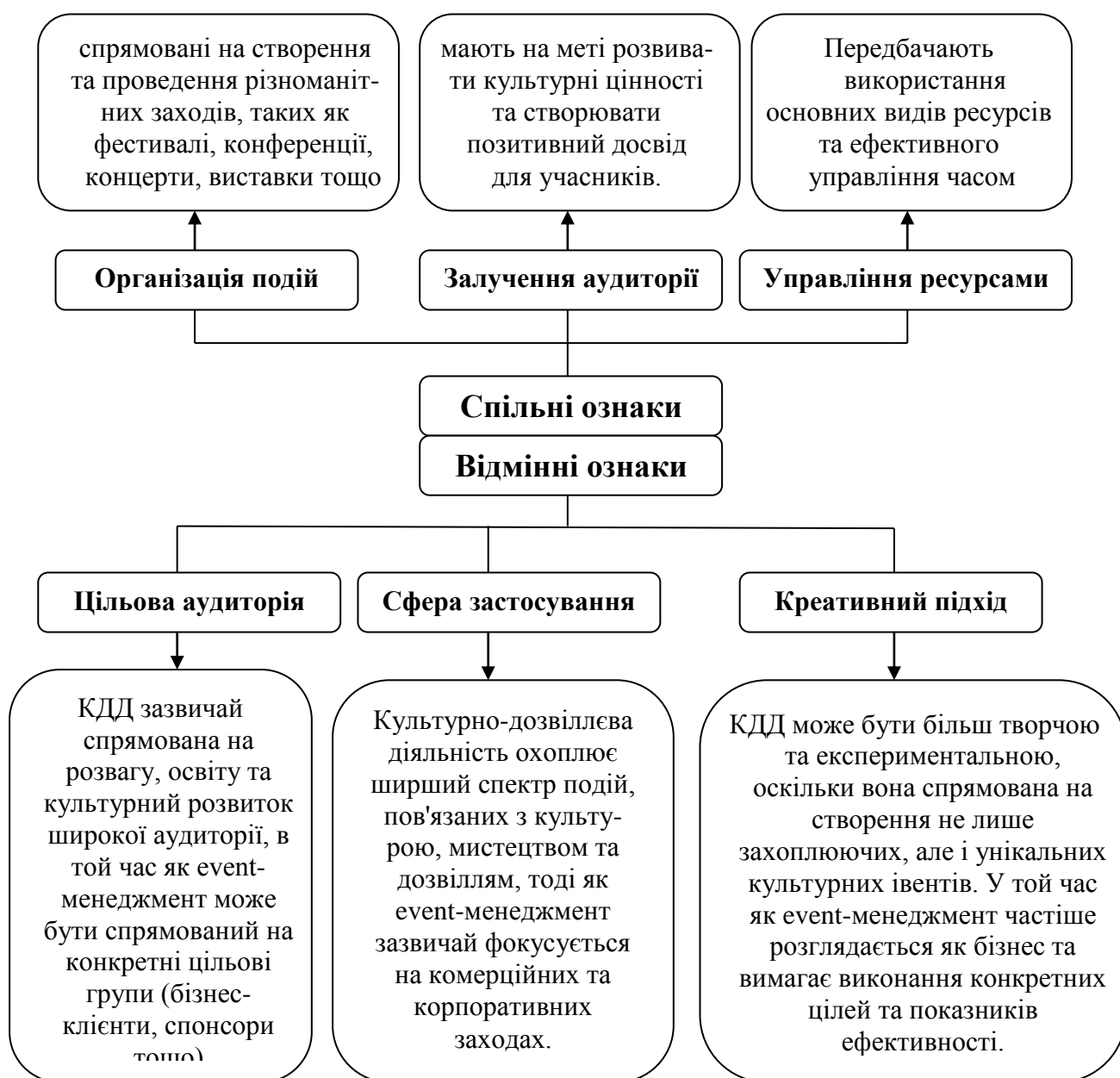


Рисунок 1.3. Спільні та відмінні риси культурно-дозвілєвої діяльності та event-менеджменту.

– «маркетинг та просування». Популяризація подій та привертання аудиторії є важливим аспектом як для культурно-дозвіллевої діяльності, так і для event-менеджменту. В обох сферах організатори, у більшій чи у меншій мірі, використовують маркетингові стратегії для досягнення успіху;

– «комунікація та взаємодія з аудиторією». В обох галузях велике значення має взаємодія з учасниками події або аудиторією, спрямована на створення позитивного враження та забезпечення задоволення від участі в події;

– «творчий підхід та інновації». Як у культурно-дозвіллевій діяльності, так і в event-менеджменті необхідний творчий підхід та постійне впровадження нововведень для привертання уваги аудиторії та підвищення якості подій;

– «оцінка результатів та пост-аналітика». Після проведення заходу важливо провести оцінку результатів та здійснити пост-аналітику для покращення діяльності у майбутньому. Цей аспект використовують організатори обох галузей.

Загалом, культурно-дозвіллева діяльність та event-менеджмент є взаємопов'язаними галузями, які мають багато спільних принципів та підходів до організації та проведення різноманітних подій. Вони обидві вимагають творчого мислення, вміння працювати з різними типами людей та активне керування процесами з метою створення незабутніх вражень для учасників та гостей подій.

Культурно-дозвіллева діяльність та event-менеджмент, хоча й пов'язані між собою, мають відмінності в своїх основних ознаках.

По-перше, культурно-дозвіллева діяльність передбачає підтримання та розвиток культурної спадщини, традицій та мистецтва. Це може включати організацію виставок, фестивалів, концертів, театральних вистав та інших подій, спрямованих на популяризацію культури та мистецтва серед громадськості.

З іншого боку, event-менеджмент фокусується на плануванні, координації та виконанні подій для досягнення конкретних цілей, таких як підвищення обізнаності про бренд, просування продукту, залучення спонсорів тощо. Це може включати корпоративні заходи, конференції, виставкові стенди, промо-події та інші форми івентів.

Одна з відмінностей між ними полягає в тому, що культурно-дозвіллева діяльність зазвичай базується на підтримці та розвитку культурної спадщини та мистецьких традицій, в той час як event-менеджмент в основному спрямований на досягнення конкретних цілей бізнесу або маркетингових завдань [60, с.182].

Окрім цього, культурно-дозвіллева діяльність може бути спрямована на задоволення культурних та дозвіллевих потреб громадськості, підвищення культурного рівня суспільства та створення позитивного мистецького середовища. Event-менеджмент же зазвичай орієнтований на досягнення певного результату чи впливу, який може бути вимірний конкретними параметрами (які здебільшого встановлюють державні органи, що виконують управлінські функції – управління культури, відділи культури, методичні об'єднання тощо).

Також, в event-менеджменті може бути більший акцент на фінансовій стороні події, так як важливо забезпечити ефективне використання ресурсів та отримання очікуваного результату від проведення івенту. У культурно-дозвіллевій діяльності може бути більший акцент на творчому підході та відтворенні культурної спадщини, ніж на фінансових вимірах.

Також культурно-дозвіллева діяльність часто має більш широкий соціокультурний контекст, який враховує вплив культурних подій на суспільство та індивідуальність людини. Event-менеджмент, хоча і може враховувати соціокультурні аспекти, складніше обмежений комерційною метою чи маркетинговим завданням, що може упливати на характер та зміст подій.

Відтак культурно-дозвіллева діяльність та event-менеджмент є важливими сферами, які сприяють розвитку культури, мистецтва та бізнесу. Кожна з них має свої особливості, але і вони взаємозв'язані та можуть доповнювати одна одну для досягнення успішних результатів у проведенні різноманітних подій та заходів.

Розуміючи відмінність event-менеджменту та культурно-дозвіллевої діяльності доречним буде навести особливу типологію спеціальних подій яку розроблено А. Шоном та Б. Перрі (див. рис. 1.4). Авторський підхід дослідників заслуговує уваги і може бути використаний у ролі «початкової точки» у розумінні широти й багатогранності event-менеджменту.



Рисунок 1.4. Типологія event-подій (авт. А. Шон та Б. Перрі) [32, с.144].

Вартим особливої уваги є підхід Д. Гетза, який структурував event виокремлюючи 9 основних категорій (див. рис. 1.5).

Event-менеджмент (від англ. event – подія) – це повний комплекс заходів щодо створення корпоративних та масових подій.

Існує багато різних класифікацій категорій event-послуг. На нашу думку, найповнішою є класифікація, розроблена Національною асоціацією організаторів заходів. У межах неї виділяють такі категорії event-послуг:

– корпоративні заходи – будь-які події, які підтримують бізнес-мету, включаючи функції управління, корпоративні комунікації, навчання, маркетинг, стимулювання праці;

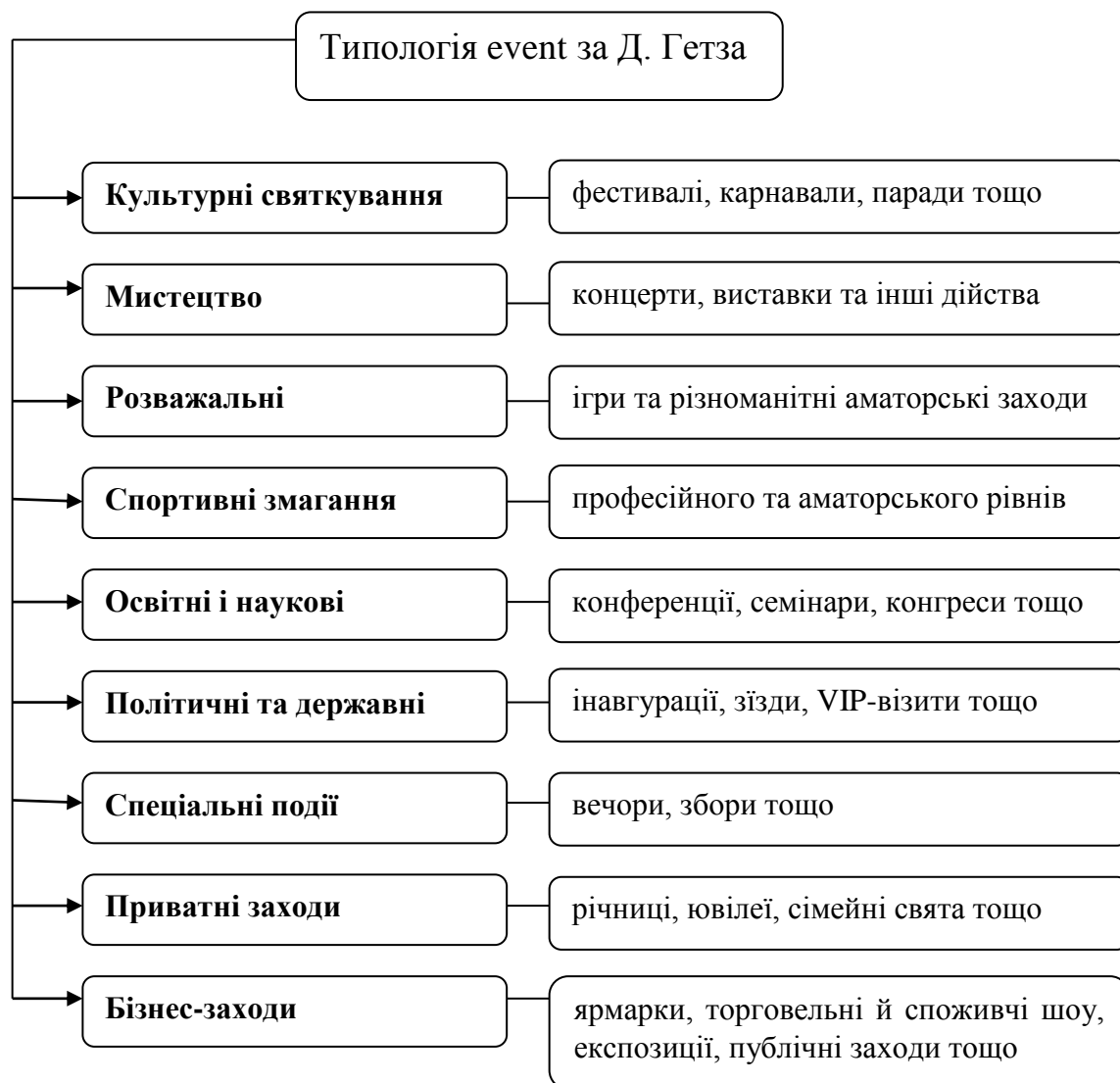


Рисунок 1.5. Типологія event-подій (авт. Д. Гетза)) [32, с.145].

– маркетингові події - заходи, метою яких є пошук контакту з цільовою аудиторією клієнтів;

– семінари та конференції - заходи, організовані для обміну інформацією, дискусій та обговорень, консенсусу та рішень, освіти та побудови відносин;

– фестивали - культурні заходи для широкого кола людей, присвячені певній темі;

- приватні заходи - заходи, створені на замовлення однієї людини або вузької групи людей;
- благодійні заходи - заходи, кінцевою метою яких є допомога нужденним;
- спортивні події - заходи, у яких центральне чи чільне місце посідають спортивні події, а гості можуть бути як спостерігачами, і учасниками спортивного дійства;
- світські заходи - приватні заходи для вузького кола людей, присвячені конкретній події: культурному, релігійному, соціальному;
- державні та громадянські події - заходи, організовані для муніципального або державного урядового установи, політичної партії і т.д.

Спеціальні події – це не тільки інструмент особливої практики активності людини, а й маркетингова технологія. Спеціальні події стають дедалі ефективнішим засобом комунікації. Особливо це помітно за умов скептичного ставлення до реклами та зниження споживчої активності на ринку рекламних послуг. Вони являють собою саме той інструмент, який здатний викликати яскравий емоційний відгук у споживача, залучити його до діяльності та створити позитивне враження та думку про виробника культурного продукту.

Отже, event-технології – це комплексний сучасний інструмент розвитку соціально-культурної діяльності в закладах культури, що передбачає підвищення рівня компетенції співробітників установ культури, розширення мережі культурних комунікацій серед населення, підвищення якості культурного продукту за рахунок реалізації функцій менеджменту, маркетингу та обліку емоційної режисури.

Event-технології сьогодні стали частиною життя сучасного мегаполісу та мають активно використовуватись у соціально-культурній діяльності закладів культури, яким необхідні додаткові кошти, широка реклама та зацікавлена аудиторія. Актуальність інтеграції event-технології в організацію соціально-культурної діяльності закладів культури підкреслює і той факт, що

сьогодні важливим завданням, яке поставлено перед державним сектором, є підвищення активності громадян, розвиток їхньої громадянської ініціативи та залучення до вирішення соціальних проблем. Спеціальна подія – саме той інструмент, який сприяє вирішенню цих завдань. Подія впливає на емоційну сферу людини та створює міцні зв'язки між учасником та організатором.

Необхідно звернути увагу на те, що event-технології виступають засобом поширення культурних цінностей серед населення, водночас будучи механізмом управління та комунікації між споживачем та виробником культурного продукту, партнерами та органами влади. Надання заходам закладів культури подієвої значущості через використання event-технологій, сприятиме їх удосконаленню за низкою критеріїв: забезпечення якісного контенту, підвищення інтересу цільової аудиторії до діяльності установ.

РОЗДІЛ II. ВИКОРИСТАННЯ EVENT-МЕНЕДЖМЕНТУ В ІНДУСТРІЇ ДОЗВІЛЛЯ РІВНЕЩИНИ

2.1. Індустрія дозвілля Рівненщини

У ХХІ столітті змінилося ставлення людей до дозвілля. Це обумовлено різними факторами, які вплинули на сучасний погляд на відпочинок і розваги. Одним з найважливіших чинників є зростання рівня життя і покращення умов праці, що дозволяє людям мати більше часу і можливостей для відпочинку. Також, із розвитком інформаційних технологій та соціальних мереж люди мають безліч варіантів для проведення дозвілля, у тому числі дозвілля для власного розвитку та простого задоволення комунікаційних потреб.

Зміни відбулися й у самому сприйнятті дозвілля: якщо раніше воно могло бути сприйнято як «відпочинок від праці», то сьогодні дозвілля розглядається як важлива складова здорового способу життя. Люди все більше усвідомлюють важливість релаксації, зняття стресу і підтримання психічного та емоційного здоров'я. Тому, вони приділяють більше уваги вибору активного дозвілля, яке не лише виконує функцію відновлення, а й спрямоване на самовдосконалення та задоволення.

У ХХІ столітті змінилося також розуміння сутності дозвілля як часу, який можна витратити на власний розвиток і задоволення. Відсутність постійної гонитви за часом та можливість самовираження через хобі та захоплення, дає людям більше внутрішньої гармонії і задоволення від життя.

Такий підхід щодо сприйняття дозвілля населенням «створив» передумови для розвитку приватного сектору в індустрії дозвілля, яка дзеркально відображує «споживацькі настрої». Загальносвітові тенденції розвитку індустрії дозвілля вказують на значну динаміку розвитку цієї сфери. Так, динамічний активний розвиток сфери й наявний

платоспроможний споживацький попит, стали тими чинниками, що активно залучають у індустрію дозвілля приватні бізнес-ініціативи.

Вивчаючи індустрію дозвілля Рівненщини можемо умовно її поділити на два блоки, в основу яких покладено джерело управління, у тому числі й фінансового забезпечення. Мова йде про комунальні й приватні заклади індустрії дозвілля. За статистичними даними управління культури і туризму Рівненської облдержадміністрації, у 2023 році на теренах Рівненщини функціонувало 1272 комунальні установи сфери культури [56].

Комунальні, у тому числі державні, заклади Рівненщини – це заклади з власною історією створення й значним досвідом роботи у сфері (див. Додаток А):

- просвітництва (бібліотеки, музеї у тому числі історико-культурні заповідники, методичний обласний центр народної творчості тощо);
- відпочинку й розваг (парки відпочинку та інші види парків, у тому числі ландшафтні, гідрологічні, ботанічні та зоологічні тощо);
- навчально-виховній (музичні й художні школи);
- спорту та фізичного виховання (спортивні школи);
- культурно-творчій сфері (заклади культури клубного типу, театри, філармонія тощо).

Найбільш поширеними (щодо кількості), доступними й первинними у задоволенні естетичних та дозвіллевих потреб населення є заклади культури клубного типу (палаці культури, будинки культури, клуби, народні дома, культурно-дозвіллеві комплекси тощо).

Мережа клубних закладів Рівненщини, станом на початок 2024 р., нараховує 670 одиниць. Із них: 19 районних будинків та центрів культури і дозвілля; 6 міських будинків культури; 345 сільських будинків культури; 295 сільських клубів [56].

Здебільшого діяльність комунальних закладів культури клубного типу спрямована на культурно-творчий розвиток населення. Адже при клубних закладах функціонують аматорські колективи й любительські об'єднання.

Здебільшого їх дія поширюється на дітей та підлітків, проте є й невеликий відсоток (5-7% від загальної кількості колективів) об'єднань які працюють із молоддю та дорослим населенням. У відповідності до статистичних даних, упродовж 2023 року на Рівненщині функціонувало 2960 аматорських колективів, з яких 927 хорових (9912 учасників), 161 інструментальних (1900 учасників), 244 хореографічних (4760 учасників), 264 театральних (2955 учасників) [56]. Слід зазначити, що лише у клубних закладах обласного центру діє 130 аматорських колективів (з яких: 24-народні аматорські, 14-зразкові аматорські), учасниками яких є понад 2000 дорослих та дітей [55].

Активний розвиток творчих аматорських об'єднань, що функціонують при будинках культури дає можливість усім бажаючим розвивати свої здібності у таких напрямках як:

- хореографія. Наразі лише в обласному центрі функціонує понад 100 хореографічних колективів яким присвоєно почесне звання «Зразковий» (приміром ЗА «Перлінка», ЗА «Джерельце», ЗА «Етика», ЗА «Полісяночка», ЗА «Діалог», ЗА «Ладоньки», ЗА «Кралечка» та ін.) та «Народний» (приміром НА «Dia-dance», НА «Полісянка», НА «Флеш», НА «Start point» та ін.);
- музичний жанр (ЗА «Фантазія», ЗА «Кольорові ноти», НА «Лісова пісня», НА «Наспів», тріо «Срібна терція», НА «Цвіт папороті» НА «Ярина», НА «Горинь», оркестри «Бревіс» та «Мегаполіс», музичні ансамблі «Гелікон», «Гарієтта», «Con Amore», «Man-Gust» та «Мерікон» та ін.);
- декоративно-ужиткове й образотворче мистецтво (соломоплетіння, батік, кераміка, деревообробка, вишивка, рисунок та інші види образотворчого мистецтва);
- театральне мистецтво (НА «Галатея» – театр живих скульптур, молодіжний театр А.Гаврюшенко, театр-студія «Маленький принц» та ін.);

- фотомистецтво (НА «Простір-Фото», НА «Відеостудія MediaLab» та ін.);
- спортивно-естетичний розвиток. Так, лише при обласному Палаці дітей та молоді функціонує кінноспортивна школа, школа художньої гімнастики, школа інтелектуальних видів спорту – шахи, го, шашки, сьогі тощо);
- спеціалізовані (профільні) школи: естрадного мистецтва, народного танцю, хорові студії на кшталт «Рівненські дзвіночки» та ін., екологічний й етнокультурний центри, театр-студію «Маленький принц» та ін.; різноманітні клуби та об'єднання [55].

Усі учасники аматорських колективів й любительських об'єднань, що створені на базі закладів культури клубних типів є активними учасниками культурного життя краю. Так, учасники колективів є учасниками культурно-масових дійств та свят й водночас є поціновувачами – споживачами культурних продуктів.

У процесі своєї діяльності заклади культури клубного типу використовують традиційні (фестивалі, свята, конкурси, виставки тощо) та нові форм роботи (арт-проекти, культурно-мистецькі та громадські проекти). Згідно офіційної інформації узятій з сайту обласного управління культури і туризму, лише упродовж 2023 року на Рівненщині працівниками комунальних закладів культури клубного типу організовано і проведено понад 800 різножанрових культурологічних заходів, у тому числі 572 у місті Рівне [51].

Ринкові відносини актуалізували необхідність комерціалізації культурно-творчої діяльності закладів культури клубного типу. Платні послуги клубів, палаців і будинків культури все більше входять у практику їх роботи. Наразі триває пошук нових форм надання платних послуг клубними закладами області. Найбільш типовими формами є додаткові послуги (консультативні, орендні, субпідрядні тощо).

Бібліотечна система Рівненщини, як складова індустрії дозвілля, є розгалуженою мережею бібліотек різних видів, пов'язаних взаємодією і взаємовикористанням бібліотечних ресурсів. За даними головного управління статистики у Рівненській області [51] у 2023 р. на Рівненщині функціонувало 603 бібліотеки серед них: 3 обласні, 23 центральні районні та міські, 19 центральних районних для дітей, 46 міських філій, 17 міських філій для дітей, 495 сільських бібліотек. У регіоні діють публічні бібліотеки, профспілкові, клуби-бібліотеки, бібліотеки для дітей і юнацтва. Найбільше бібліотечною мережею охоплені міста Рівне, Острог та Дубно.

У сучасних умовах інформаційного суспільства бібліотека дещо змінила формат своєї роботи – так, із просвітницького закладу вона перейшла у дозвілєво-просвітницький формат. Розуміючи можливості Інтернету та його переваги й доступність для усіх верств населення бібліотеки переформатовують свою діяльність зміщуючи акценти із бібліотечного обслуговування на культурно-дозвілєву діяльність із просвітницьким акцентом. Підтвердженням цього факту є щорічне проведення бібліотекарями краю понад 300 (лише за офіційно представленими даними зусиллями КЗ «РОУНБ» РОР проведено близько 160 масових заходів) культурно-просвітницьких, культурно-мистецьких та культурно-дозвілєвих заходів (святкових програм, презентацій, літературно-музичних та тематичних вечорів, круглих столів, ділових зустрічей, засідань клубів, майстер-класів, квестів, інтернет- конференцій тощо) [22].

На Рівненщині функціонує 13 музейних закладів комунальної власності (згідно статистичних даних [51]). Серед яких два державні історико-культурні заповідники у м. Дубно та м. Острог (літературно-меморіальний музей М. Островського), Культурно-археологічний центр «Пересопниця», Рівненський обласний краєзнавчий музей (РОКМ) філією якого є Сарненський історико-етнографічний музей та краєзнавчі музеї основних районних центрів (Березне, Корець, Зарічне, Млинів, Радивилів, Дубровиця). Приємно відмітити факт збільшення музеїв комунальної форм власності

упродовж останніх 30 років (у 1995 р. – 10; 2006 р. – 11; 2010 – 12; 2012 р. – 13, 2023 р. –13) [56].

Музейники Рівненщини активно працюють над залученням нових культурно-дозвіллевих форм у практичну діяльність, адже розуміють ступінь важливості цього питання у конкурентній боротьбі за увагу споживача на ринку культурних продуктів.

Наразі музейні установи краю поряд із традиційними формами роботи (організація й проведення екскурсійної діяльності, збереження та демонстрація музейних фондів тощо) активно впроваджують й нові форми культурно-дозвіллевої роботи – віртуальні виставки, наукові обговорення, у тому числі у онлайн-форматі, проведення флешмобів, у тому числі й до святкових й пам'ятних дат, музичних імпрез, творчих зустрічей із відомими митцями, краєзнавцями, музейчиками і т. і.

Активно працюють в КДС і комунальні заклади паркового типу, а саме пам'ятка садово-паркового мистецтва державного значення Рівненський парк культури та відпочинку ім. Т. Шевченка [17] та зоологічний парк (Рівненський зоопарк загальнодержавного значення) [26]. Щодення робота обидвох закладів включає як просвітницьку так і дозвіллеву складову. До першої відносяться екскурсії, лекції, презентації, а до другої – масові свята (у т. ч. відкриття сезону), конкурси, вікторини, пізнавальні квести та ін.

Рівняни та гості краю, які практикують активне дозвілля мають можливість провести його відвідавши пам'ятки природи, що розташовані у межах області:

– Рівненський природній заповідник (території Володимирецького, Рокитнівського, Дубровицького та Сарненського р-н загальною площею 43,3 тис. га);

– 3 регіональні ландшафтні парки – «Надслучанський», «Дермансько-Мостівський» та «Прип'ять-Стохід»;

– 8 ботанічних, 2 гідрологічних, лісовий, зоологічний та ландшафтний парки;

- 8 пам'яток природи загальнодержавного значення;
- 8 парків-пам'яток садово-паркового мистецтва [56].

Естетичний розвиток дітей та підлітків Рівненщини нерозривно пов'язаний із діяльністю музичних та художніх шкіл, яких у краї функціонує понад 35. Найчисельніше (32 заклади), серед загальної кількості шкіл естетичного виховання, представлено музичні школи, які створені у всіх районних центрах, містах, селищах міського типу та деяких селах (Мирогоща, Зоря, Деражне, Оженін, Козин, Шубків) краю [56].

Комунальні концертно-видовищні організації краю представлені 2 театрами і філармонією, які розташовуються в обласному центрі. Усі ці заклади мають статус обласних установ. Рівненський академічний український музично-драматичний театр – комунальний заклад культури, діяльність якого спрямована на створення, публічне виконання та публічний показ творів театрального мистецтва, провідна установа театрально справи міста і регіону [24]. У обласному центрі майже півсторіччя діє Академічний ляльковий театр у репертуарі якого понад 20 діючих вистав, створених за кращими творами української та зарубіжної класики [25]. Ще одним осередком культурно-мистецького життя краю є Рівненська обласна філармонія (РОФ), що заснована 1939 р. Діяльність філармонії активно спрямована на організацію концертів та пропаганду музичного мистецтва – як класичної спадщини та відродження української національної культури так і підтримку нових вітчизняних музичних напрямів. Професійні мистецькі колективи є активними учасниками загальнодержавних та мистецько-культурних заходах міста та області [23].

Комунальні заклади культури знаходяться у власності громадськості й фінансуються з місцевого бюджету. Цей факт надає їм специфічні можливості та окреслює чітко визначений ступінь відповідальності за задоволення культурних потреб місцевого населення. Можемо виокремити чотири базові аспекти їх впливу на розвиток індустрії дозвілля краю. По-перше, комунальні заклади культури мають за мету забезпечення доступності

культурних послуг для всіх верств населення міста. Вони можуть працювати за принципами соціальної відповідальності, надаючи безкоштовні або доступні за ціною послуги для місцевого населення, що сприяє розвитку інклюзивної культурної сфери. Це важливо для підтримки різноманітності та доступності культурних подій та програм як у обласному центрі, так і у інших населених пунктах Рівненщини.

По-друге, заклади культури комунальної форми власності можуть бути розглянуті як «центри культурного життя». Адже виконуючи міську/ обласну/ районну/ програми розвитку культури, працівники закладів організують та сприяють практичній реалізації різноманітних культурно-масових заходів (виставки, концерти, творчі зустрічі, фестивалі, ярмарки тощо), що робить їх ключовими учасниками в культурному житті краю. Це стимулює розвиток творчості, підтримує місцеві таланти та сприяє формуванню культурної ідентичності Рівненщини [56].

По-третє, робота комунальних закладів культури спрямована на збереження та просування культурної спадщини краю. Адже в установчих документах закладів зазначено, що одним із завдань функціонування є збереження історії, традицій та культурних цінностей місцевої спільноти. У результаті своєї діяльності заклади культури комунальної форми власності сприяють збереженню, популяризації та передачі культурних здобутків й цінностей нащадкам, що є дуже важливим чинником у збереженні й пропагуванні культурної ідентичності краю.

По-четверте, комунальні заклади культури є центрами освіти, культурного й фізичного розвитку. Усі заклади працюють у відповідності до затверджених програм гадаючи можливість отримувати як спеціальні знання так і базову підготовку у культурно-мистецькій й спортивній сферах. Мова йде про музичні, художні, хореографічні й спортивні школи які функціонують на Рівненщини. Музейні установи й заклади бібліотечної мережі краю відіграють важливу просвітницьку функцію надаючи доступ до історико-культурної інформації усім бажаючим. Це забезпечується шляхом

організації екскурсійної діяльності, використання різноманітних форм освітніх заходів – лекцій, круглих столів, тематичних зустрічей тощо. Усе це сприяє підвищенню культурного рівня населення, розвитку нових талантів та підтримці освітніх ініціатив у сфері культури.

Наразі комунальні заклади культури є важливим елементом культурного та соціального життя краю. Їх функціонування та роль у розвитку індустрії дозвілля полягають у забезпеченні доступності культурних послуг, організації культурних подій, збереженні культурної спадщини та освіти населення. Вони сприяють розвитку культурного життя, підтримці талантів та формуванню культурної ідентичності Рівненщини.

Активний розвиток є характерним і для приватних ініціатив у індустрії дозвілля краю. Сьогодні на Рівненщині функціонують бізнес-структури, що забезпечують:

- інтелектуальний та творчий розвиток (художні, хореографічні, музичні студії та студії інтелектуального розвитку);
- фізичний розвиток (приватні спортивні клуби, любительські об'єднання, конкретного виду спорту тощо) й активний відпочинок (приватні структури, що спеціалізуються на організації рибної ловлі, полювання, відпочинку на відкритих водоймах тощо);
- пасивний відпочинок (заклади індустрії розваг – кінотеатри усіх форматів, торговельні й сімейні-розважальні центри, заклади громадського харчування тощо),
- організацію event-подій (приватні event-агенції та індивідуальні підприємці без права найму робочої сили).

Переважає більшість рівнян віддають перевагу пасивному відпочинку. Саме тому, найбільш розгалуженою є мережа приватних закладів, діяльність яких спрямована на відновлення продуктивних сил людини – заклади громадського харчування (кав'ярні, кафе, шинки, бари, піцерії, паби, ресторани). В роботі зазначених закладів поєднуються мистецтво і традиції, інновацій і досвід, досвід маркетологів та філософія бізнесу. Сьогодні

заклади громадського харчування за для прихильності споживачів, окрім основних функцій виконують й додаткові – розважальні (приміром в ресторані «Манхеттен» постійно відбуваються камерні концерти, в барі «Блюз» – «живе» виконання джазових творів; тематичні вечори щодня проходять в пабі «Стадіопаб» і т. п.). Симбіоз цих функцій створює незабутню атмосферу відпочинку. Сьогодні ресторатори змішують стилі та концепції, щоб задовольнити клієнта. Так мода на здоровий спосіб життя – також змінює культуру харчування, визначаючи ще одну світову тенденцію розвитку, наприклад, ресторанного бізнесу – споживання здорової їжі (якість продуктів, мінімум обробки, екологічність сировини). Як наслідок, розвиваються нові формати підприємств ресторанного господарства – салат-бари, суп-бари, вегетаріанські ресторани, «penkitchen» (клієнт бачить, як готуються страви, «slow-food» тощо.

Приємно відзначити позитивний вплив пропаганди здорового та активного способу життя на формування попиту на різноманітні види активного відпочинку серед яких є мисливство, рибальство, спорт та дискотеки. Як зазначалось, в умовах ринку, попит породжує пропозицію, а тому впродовж майже двох десятиліть ХХІ ст. на Рівненщині створено понад 200 приватних структур із яких:

– понад 30 утримують мисливські угіддя, адже є орендарями (суборенда торами) лісової зони (приміром ТзОВ «Лісова долина», ТзОВ «Барс», ТзОВ МГ «Корецьке», ТзОВ «Залужжя», ФГ «Марічка», ТОВ СМК «Сокіл» [33] та ін.). Такі приватні структури спеціалізуються на організації полювання, проте діють в рамках чинного законодавства. Слід зазначити, що деякі із зазначених, зокрема ТОВ СМК «Сокіл» організовують в межах орендованої території, не лише полювання, а й так зване «тихе полювання» – збір грибів та ягід;

– 26 спеціалізуються на організації рибної ловлі на природних водних об'єктах, які орендовані приватними структурами – приміром, ТзОВ

«Техпром», ТзОВ «Голуба Нива», ТзОВ «Тріон», ФГ «Нива», ФОП Радімович В.В., ФОП Стасюк Т.М. та ін.;

– понад 50 дискотек, із яких лише 7 функціонують в обласному центрі (НК «Лагуна», НК «ZOV», НК «Магнат», диско-бари «Октант», «Стадіо Паб», «Black coffee», «Marmalade»). Головним завданням закладів дискотечної справи є культурно-розважальний відпочинок. Для привернення уваги молодих людей тут проводяться дискотеки, часто тематичні та костюмовані вечірки, конкурсні програми, клуби знайомств, шоу-програми та виступи зірок естради тощо.

– понад 50 спортивних клубів. Усі приватні спортивні клуби Рівненщини умовно можна поділити на дві категорії – фітнес-клуби та клуби, які спеціалізуються на конкретних видах спорту, приміром автомобільний, водний, шахових, східні бойові мистецтва тощо. Усі бажаючи не залежно від віку та статусу можуть проводити активне дозвілля займаючись водними видами спорту (плавання та сауни: СК «ФітнесПорт», РОК «Мілена», РОК «Підкова», «СпортЛайф», Центр здоров'я та краси «АкваРай», банний комплекс «Калина»; СК підводного спорту: «Рівненська Случ», «Баракуда» та «Гарпун» при яких функціонують школи підводного полювання й фрідайвінгу). Також у місті функціонує автомобільно-спортивне об'єднання «VSOP-Club», а у рівненському районі (с. Суськ) – кінноспортивний клуб «Сокіл» [33]. У великий теніс можна пограти у готельно-розважальному спортивному комплексі «Хутір», на території готельно-ресторанного комплексу «Айвенго» та «Софія» функціонують стаціонарні криті ґрунтові корти, окрім цього працюють літні тенісні корти по вул. В. Чорновола та в парку ім. Т.Г. Шевченко.

Приємно відзначити, що на Рівненщині користуються неабияким попитом новітні види спортивної діяльності такі як пейнтбол. Так, у м. Рівне функціонує один пейнтбольний клуб «Отаман».

На мистецький та інтелектуальний розвиток як дорослих так і дітей спрямована діяльність:

- художніх студій («Фарбований лис», «Зуза», «Ладоньки», «ЄвроАрт», «Арт-Маестро», «IQ студія» та ін.);
- хореографічних студій (студії східного танцю «Зафіра», «IMPREZA», «Алішер» та «Орхідея», клуби спортивно-бального та сучасного танцю «Diamond Dance» та «Viva», студія сучасного танцю «DANCE WAY», клуб спортивного танцю «Алекса Sport Dance», школа танцю «Rivne Electro Dance School» та ін.);
- музичних студій (дитяча творча студія «Зіронька» та «Зернятко»);
- студій інтелектуального розвитку – переважна більшість яких спрямована на інтелектуальний розвиток дітей дошкільного та молодшого шкільного віку (науково-технічна студія «Robocamp», дитячий центр розвитку дитини «Сімка», навчальний центр «Рання Англійська Хелен Дорон», Монтесорі центр розвитку дитини «Умка», дитяча студія «Кіндер-Клуб», центр розвитку дітей «Радік», школа дитячої творчості та розвитку «Калинонька» та ін. Проте в обласному центрі працюють приватні структури, які спеціалізуються на навчанні сучасних медіа-технологій – приміром, майданчик з технологічної грамотності «Kid'IT», «Code Club» та ін. Окрім зазначених у м. Рівне функціонують клуб настільних ігор «Райдуга» та приватна школа інтелектуальних ігор, де, крім основного інтелектуального виду спорту - гри Го, вивчають ще й Сьоги, Стратего, Рендзю, Отелло, Стовпові шашки, учасники знайомляться зі звичайними шахами та шашками та освоюють інші розвиваючі ігри та головоломки [56].

Сучасною тенденцією у розвитку приватної індустрії розваг м. Рівного стала діяльність торговельно-розважальних центрів. Ці заклади спрямовані на продаж різноманітних товарів, але водночас привертають увагу людей великим вибором дозвіллевих занять та розважальних програм. Більшість з них являються спортивно-розважальними, оскільки їхня діяльність спрямована на організацію спортивних та розважальних заходів (боулінг, льодова ковзанка, ролледром, а також проведення різних фестивалів, акцій, програм тощо).

Діяльність подібних розважальних зон можемо простежити у чотирьох найбільших торгових центрах міста Рівного: «Чайці», «Екваторі», «Злата Плазі», «Хеппі молі».

Усі зазначені заклади об'єднують шопінг і дозвілля, адже на одній території розташовані й крамнички. Щодня адміністрацією закладів анонсується розважальна програма яка включає різноманітні заходи для дорослих і дітей: шоу, тематичні вечірки, виступи запрошених театралів й аматорів, виставки, концерти, конкурси, майстер-класи та багато іншого [13, с.82].

До послуг активних, спортивних гостей або тих, хто шукає в житті драйв діють боулінг та більярдні клуби «Турбіна», льодові та роликові катки, 5-D кінотеатри, міні-скеледроми, сухі басейни та інші атракціони, у тому числі із використанням віртуальної реальності.

Невід'ємною складовою індустрії розваг є атракціони та мотузкові парки. Сьогодні відчуті позитивні емоції даровані різноманітними атракціонами можуть як дорослі так і малеча, адже у місті створено понад десяти закладів переважна більшість з яких працює цілий рік – РЦ «Мультипарк» (у ТРЦ «Екватор»), РЦ «Sky-Up», ТРЦ «Чайка», атракціони у кінопалаці «Україна», атракціони віртуальної реальності – «VIRTUM» (ТРЦ «Злата плаза» та ТРЦ «Екватор»). Лише в літній період працюють приватні атракціони в міському парку культури ім. Т.Г. Шевченко, пневмо-батутні атракціони в парку-розваг «Грай-край» (дендропарк «Хімік») та поряд із ТЦ «Злата плаза». Починаючи з 2008 р. в м. Рівне створено мотузкові парки в яких на висоті від 1 до 5 м. прокладено маршрути з перешкодами, працюють також такі атракціони як банджі й тарзанки. Станом на травень 2024 р. функціонує чотири мотузкові парки: «Тарзан» (ТЦ «Злата плаза»), «Мауглі» (дендропарк «Хімік»), «Басів Кут» (біля озера), «Джунглі» (парк ім. Т. Шевченка).

Поряд з мотузковими парками інноваційним слід визнати проекти «Квест-кімната». У м. Рівне зусиллями приватного бізнесу створено дві квест-кімнати – Q-18 (вул. С. Бандери, 41) та Zigrauto (вул. Кн. Ольги, 5).

Ще одним видом розваг є кіноіндустрія, адже кіно, як жанр, завжди цікавило та захоплювало своєю різноманітністю. Через кіно кожний може взяти для себе щось корисне, в незалежності від віку та соціального стану. Саме тому кінотеатри завжди залишаються популярними та затребуваними культурно-дозвіллевими закладами. У м. Рівному функціонують такі приватні кінотеатри, як кінопалац «Україна», мультиплекс «Ера» та кіноклуб «Gonzo».

Зміна економічної системи, чверть століття тому, сприяла появі нових форм підприємницької діяльності – організація свят. Сьогодні рівненський сегмент цього ринку активно розвивається, адже на ньому працюють як агенції так і індивідуальні приватні підприємці.

Приватні агенції (чисельність працівників яких становить 10-25 осіб) «Артемон», «Майстерня ідеальних свят», «Фабрика свят», «Студія розваг», «Кумедні вибрики», «Lucky», Event агенція «Чародійка», та ін. здійснюють організацію і проведення свят. До переліку послуг агенцій входять професійні ведучі, тамада, аніматори, діджей, видовищні спецефекти, шоу-програми, організація «весілля під ключ», днів народжень, випускних вечорів, розіграшів, вечірок, рекламних акцій і презентацій.

Індивідуальні підприємці – ФОП без права найму робочої сили працюють у так званих «вузьких нішах», надаючи послуги тамади, аніматора, оформлення святкових залів, весільних декораторів. Приміром ФОП Кушнірук У. (ведуча), ФОП Савчук М. (ведуча, тамада), ФОП Кузьмич М. (ведуча, тамада), ФОП Гарбар Н. (ведуча) та ін. Слід зазначити, що таких фізичних осіб у обласному центрі зареєстровано значно менше, а ніж приватних агенцій. Це обумовлено попитом на комплексні послуги організації свят. Проте в районних центрах ситуація докорінно інша.

Усе вище зазначена дає підстави стверджувати про те, що приватний бізнес відіграє важливу роль у розвитку індустрії дозвілля краю шляхом активного реагування на потреби соціуму й споживацькі запити запроваджуючи інновації та нові підходи до задоволення потреб споживачів. Приватні компанії швидше реагують на зміни в уподобаннях споживачів та впроваджують нові технології для поліпшення своїх продуктів і послуг. Це сприяє зростанню якості послуг та розширенню асортиментного переліку послуг.

Значення приватного бізнесу у розвитку індустрії дозвілля підтверджується його вмінням відповідати на вимоги ринку та споживачів. Приватні компанії зазвичай більш чутливі до потреб клієнтів і можуть швидше реагувати на зміни в їх уподобаннях, адже можуть швидко модифікувати свій продукт діяльності (послуги), щоб задовольнити попит. Окрім цього приватний сектор забезпечує більшу інвестиційну привабливість індустрії дозвілля, що сприяє її розвитку і модернізації. Так, інвестиції приватного сектору допомагають впроваджувати нові технології, вдосконалені процеси та послуги, що забезпечує розвиток індустрії дозвілля на Рівненщині в цілому.

Також приватний бізнес в індустрії дозвілля забезпечує здорову конкуренцію. А відтак є стимулом для постійного вдосконалення усіх учасників ринку, що у свою чергу призводить до покращення роботи й активного розвитку індустрії дозвілля на Рівненщині. Ще одним позитивним моментом є те, що активний розвиток приватних ініціатив у індустрії дозвілля стимулює розвиток економіки, адже створюються нові робочі місця й забезпечуються надходження до місцевого бюджету у вигляді податків і місцевих зборів.

2.2 Інтеграція event-технологій в організацію соціально-культурної діяльності закладів сфери культури Рівненщини

Конкуренція на соціокультурному ринку, з кожним роком зростає. Щороку з'являються нові організації та активно розвиваються існуючі комунальні установи й приватні організації, значно розширюючи асортимент послуг, надаючи тим самим можливість споживачеві обирати ту форму дозвіллевої діяльності, яка найбільш відповідає його споживацьким запитам й уявленням.

Водночас загострення конкурентної боротьби у сфері індустрії дозвілля за увагу й прихильність споживача «змушує» організації використовувати нові маркетингові підходи. Сьогодні зацікавити «досвідченого» споживача звичайною рекламою дуже складно. Суспільство адаптувалося до постійного потоку рекламних повідомлень і сприймає їх як фон. У зв'язку з цим, для того, щоб залучити споживача до споживання, тобто придбання й використання культурного продукту, доводиться використовувати нові способи просування. З'являється необхідність створення нових способів залучення аудиторії, які повинні бути альтернативою нав'язливій рекламі водночас бути дієвим способом привернення уваги й стимулювання до придбання.

У сфері культури останнім часом відбувається низка негативних явищ, серед яких зміна потреб аудиторії у проведенні дозвілля. Установи культури в умовах боротьби за вільний час населення все частіше використовують у своїй діяльності нові технології та підходи, прагнучі стати культурно-дозвільними центрами.

Застосування технологій event-менеджменту у культурно-дозвільній сфері, свого роду адаптація до нових умов існування культури. Наразі установи культурно-дозвіллевої сфери стикаються з низкою проблем, однією з яких є необхідність реалізовувати культурні та просвітницькі функції,

негативно позначається відсутність організаційних, управлінських технологій, координаційних та проєктивних практик, маркетингових рішень.

Одними з перших, нові форми дозвіллевих практик на теренах Рівненщини, ще на зламі століть, почали використовувати бібліотеки. Питання просування послуг бібліотеки та бібліотечного фонду зокрема, набуває особливої ваги. Бібліотеки, вже понад десятиріччя стикаються із проблемою низької відвідуваності бібліотечних заходів та бібліотеки в цілому, через активний розвиток мережі Інтернет падає попит на друковані видання. Використання event-технологій допомагає залучити більше споживачів пропонованих послуг, збільшує кількість відвідувань користувачами, сприяє популяризації бібліотечного фонду серед городян.

Сьогодні бібліотека перестає бути сакральним сховищем книг і перетворюється на багатофункціональний сучасний простір. Заклад стає простором для навчання, саморозвитку та дозвілля, де проходять різноманітні тренінги, конференції, презентації, майстер-класи, воркшопи, квести, флешмоби, творчі зустрічі та ін..

Піонером у впровадженні event-технологій у практичну діяльність стала Рівненська обласна книгозбірня. Досвід впровадження event-технологій Рівненської обласної універсальної наукової бібліотеки заслуговує на увагу. Адже за допомогою інноваційних підходів, цифрових засобів її дозвіллевий простір надає унікальні можливості для людей різного віку проводити своє дозвілля. Саме запровадження сучасних цифрових технологій, створення веб-ресурсів розширює можливості послуг дозвілля для відвідувачів та допомагає менеджерам соціокультурних подій в організації івентів [22]. Тому форми дозвілля з використанням цифрових інструментів стають цікавим і пізнавальним способом проведення часу, сприяють візуалізації культурних заходів, занурюють глядача у віртуальний світ.

Наразі ігрові методи роботи із користувачем набувають все більшого поширення у бібліотечній практиці. У 2011 році Рівненською обласною універсальною науковою бібліотекою започатковано сучасний напрямок

роботи з організації квестів. Ігрова подія «Шляхами гуманітарного спадку» була створена для інтерактивного способу вивчення та розуміння гуманітарної спадщини. Учасники були поділені на команди, і кожна з них отримала карту з маршрутом та завданнями. Кожне завдання відправляло відвідувачів на пошуки цікавих фактів, документів та фотодокументів, пов'язаних з гуманітарним спадком [22]. Така гра допомогла учасникам квесту познайомитися із видатними постатями в галузі літератури, мистецтва та філософії, подорожуючи «шляхами» їхнього внеску у сучасну культуру, і тим самим провести цікаво своє дозвілля (див. Додаток Б).

Ще однією формою дозвілля є екологічна гра квест-вікторина «Екологія і ми» для школярів. Її можна відзначати високою ефективністю та педагогічною доцільністю. Застосовані ігрові методи з використанням діджитал інструментів дозволяють не лише передати інформацію, а й активно залучити учасників до процесу навчання та формування екологічної свідомості.

Завдання такі, як розшифровка назв рослин регіону чи формування «Екологічного дерева» з листочків із гаслами, створювали не лише інтелектуальний важливий контекст, але й сприяли розвитку та закріпленню знань. Гра включала різні аспекти екології від природозбереження до визначення правильного ставлення до природи. Важливим елементом було введення елементів конкуренції та азарту, що позитивно впливало на зацікавленість та активність учасників. Після виконання завдань учасники мали можливість переглянути екологічно спрямований мультфільм, що сприяло закріпленню отриманих знань та викликало додатковий інтерес у дітей.

Такий підхід до проведення екологічних ігор у бібліотеці не лише сприяє цікавому та пізнавальному дозвіллю, але й формує в учасників позитивне ставлення до вивчення екології та збереження природи через захоплюючий інтерактивний досвід. Так форма дозвілля стає не лише засобом розваги, але й інструментом для стимулювання інтелектуального

розвитку та позитивної соціальної взаємодії серед учасників бібліотечних заходів.

У дослідженні виокремлюємо ще одну дозвілєву форму роботи - інклюзивний цифровий Хаб «Окуляр», який спрямований на забезпечення рівних можливостей та доступу до інформації для осіб з інвалідністю по зору [22]. Він не тільки допомагає зробити дозвілля більш доступним та різноманітним для цієї категорії користувачів, але й сприяє їх соціальній інтеграції та самореалізації.

Цифровий Хаб «Окуляр» розширює доступ до літературних, навчальних та розважальних ресурсів для аудиторії із обмеженими можливостями зору. Відкриваючи шлях до світу знань і розваг, цей Хаб створює інклюзивну обстановку для користувачів, дозволяючи їм відчувати себе повноцінними учасниками культурного життя. Зокрема, цифровий Хаб «Окуляр» надає можливість перегляду аудіо та відео контенту, а також взаємодії з електронними книгами та журналами через спеціальні технологічні рішення (див. Додаток В).

Нещодавно Рівненська обласна універсальна наукова бібліотека приєдналась до мережі Хабів цифрової освіти Національного проекту Дія. Освіта, що є результатом спільної роботи Міністерства цифрової трансформації України, Google.org та Фонд Східна Європа. Ця ініціатива покликана сприяти розвитку освіти в Україні та забезпечити вільний доступ до якісної цифрової освіти для всіх охочих. Для побудови цифрового суспільства в Україні їй громадянам необхідно вміти ефективно та безпечно використовувати сучасні цифрові технології в роботі, навчанні, проведенні вільного часу для комфортного життя, професійного і особистісного розвитку [22].

Тому однією із важливих форм дозвілля у Рівненській обласній універсальній науковій бібліотеці є послуги інклюзивного цифрового Хабу «Окуляр» для осіб з інвалідністю по зору, який надає можливості для

доступу до цифрового контенту та інформації, що допомагає покращити рівень знань та самореалізації цих людей, урізноманітнити їхнє дозвілля.

Дозвіллеві форми роботи з використанням сучасних цифрових технологій в Рівненській обласній універсальній науковій бібліотеці створюють інтегровану сферу, яка призначена для активного відпочинку, культурно-освітньої діяльності та соціокультурної взаємодії громадян. Цей простір розглядається як місце, де надаються інноваційні дозвіллеві послуги для розвитку інтелектуальної та творчої активності відвідувачів, а організація дозвілля в закладі забезпечує не лише розважальний аспект, але й сприяє розширенню кругозору, розвитку креативності та вдосконаленню культурних компетенцій відвідувачів.

Сьогодні, під тиском змін, не лише бібліотека, а й музей перестає бути сакральним сховищем музейних експонатів та історико-культурних надбань і перетворюється на багатофункціональний сучасний простір. Музейна мережа Рівненщини поступово стає простором для навчання, саморозвитку та дозвілля. Адже працівники музеїв активно починають впроваджувати нові форми культурно-дозвіллевих практик використовуючи простір для організації змістовного дозвілля краян.

Вже близько п'яти років РОМК на практиці використовує маркетингові технології у практичній діяльності музею. В основі маркетингових технологій покладено принцип пошуку та задоволення потреб окремих громадян та соціальних груп. Завдання маркетингу – сприяти організації обміну та комунікації продавця і покупця, у результаті задовольняються певні потреби та бажання індивіда. Спеціальні події стають найбільш ефективним засобом комунікації із зовнішнім та внутрішнім середовищем організації. При скептичному відношенні людей до реклами вони є саме тим інструментом, який здатний створити позитивне враження і думку про виробника культурного продукту і викликати в учасника яскравий емоційний відгук.

Основною метою будь-якої події (приватної, корпоративної, масової) є не просто привернення уваги та інформування, але формування лояльного, емоційно-позитивного ставлення до бренду (образу, репутації, іміджу особи або компанії, товару чи послуги) у цільовій аудиторії (споживачів, співробітників, партнерів, громадськості). Event-маркетинг – перспективний напрямок, що дозволяє організаціям підвищити рівень конкурентоспроможності на ринку, збільшити прибуток та рівень лояльності клієнтів та партнерів. Event-технології як інструмент інтегрованих маркетингових комунікацій дозволяють виробнику культурного продукту досягти розширення аудиторії, встановлення партнерських відносин, підвищення привабливості іміджу. Спеціальна подія створює міцні зв'язки між учасником та організатором, впливаючи на емоційну сферу людини. Використовуючи event-технології у соціально-культурній практиці, установа зможе підвищити свій імідж та «зміцнити позиції» на ринку культурних послуг.

Тому організаціям культури, у межах розвитку своєї маркетингової діяльності, необхідно розширювати існуючий перелік спеціальних заходів. При цьому акцентувати свою увагу потрібно не лише на заходах, інформаційним приводом для проведення яких є календарна дата (обов'язкові чи ділові заходи), а й на так званих розважальних подіях чи піар-акціях. До розважальних спеціальних заходів відносять різноманітні тематичні фестивалі та свята, творчі вечірки, іміджеві приводи, свята корпоративних героїв та інші, привід для проведення яких придуманий чи розширений фахівцями у галузі піару та маркетингу. Так, у творчому арсеналі сучасних організацій культури знайшли своє місце різноманітні флешмоби.

Однією із таких event-технологій є щорічне святкування «Дня музейного експоната» (започатковано у 2019 р.). Так, у продовж п'ятирічного періоду такими експонатами стали ікона «Успіня Пресвятої Богородиці» (XVII ст.), Острозька «Біблія» (XVI ст.), мармурові скульптури

та бюсти Т.О. Сосновського (XIX ст.) та ін. Заходи супроводжувались спеціально-розробленими екскурсійними програмами, які готували наукові співробітники музею [29].

Ще однією сучасною event-технологією є «День музейного селфі» який відзначається щорічно 15 січня у рамках міжнародного музейного флешмобу «MuseumSelfieDay». У відповідності до організаційного задуму, автори найбільш креативних й найкращих світлин які зроблені цього дня у музеї й розміщені у соціальних мережах Facebook чи / і Instagram із хештегами «MuseumSelfie» отримують подарунки [29]. Такі маркетингові прийоми із використанням сучасних event-технологій вказують на застосування сучасних форм з метою популяризації музею як сучасного дозвіллевого об'єкту із його унікальним арт-простором.

Актуальність інтеграції event-технологій до організації соціально-культурної діяльності закладів культури підкреслює і той факт, що сьогодні важливим завданням є підвищення активності громадян, розвиток їхньої громадянської ініціативи та залучення до вирішення соціальних проблем. Організація спеціальної події є інструментом, що сприяє розв'язанню цих завдань.

Одним із дієвих способів є організація святкового дійства, яке б відповідало спеціалізації установи й було актуальним для мешканців та гостей обласного центру. Такою подією можна назвати «Музейний марафон» який авансовано РОКМ і складається із семи кроків. Кожен крок марафону – це унікальний івент. Приміром цьогоріч 20.05 відбулась презентація сатиричного роману «Бархан» Ю. Берези, 21.05 – зустріч із науковцем та музеєзнавцем Ю.Нікольченко, 22.05 – зустріч із дослідником та автором численних публікацій з краєзнавства – В. Войтовичем, 23.05 – «Музейні діалоги» у Літературному музеї ім. У. Самчука, 24.05 – відкриття вуличної виставки «Від радіохвилі до телеекрану», 25.05 – кураторська екскурсія «Почаївськи стародруки» В. Луца. Завершенням марафону став фестиваль «Музейні гостини» (26.05.2024р.) який організують працівники РОКМ

щороку наприкінці травня [29]. Цьогоріч формат eventy проходив як фольклорно-етнографічне свято, адже окрім урочистої частини й концертної програми традиційно відбулось ярмаркування, на якому понад двохсот народних майстрів різножанрових видів декоративно-ужиткового мистецтва представили на ознайомлення поціновувачів із можливістю придбання гончарські вироби, кераміку, традиційний й сучасний одяг із елементами вишивки, вироби з ткацтва, бісеру, соломи, лози, полімерної глини, шкіри, скла та натуральні продукти харчування. Усі бажаючі могли спробувати навчитися певних елементів народних ремесел відвідавши майстер-класи з ткацтва, сувенірів у етно-стилі, гончарства, полімерної глини. Невід'ємною складовою масового свята є фуд-зона. Не виключенням стали і музейні гостини. Організатори фестивалю виділили окремі локації для поціновувачів сучасних (стріт-фуд) та народних (традиційні українські) страв та напоїв.

Гастрономічні свята привертають увагу багатьох споживачів, тому такий формат event використовують музейні установи не лише обласного значення. Так, починаючи із 2020 р. на території Державного історико-культурного заповідника м. Дубно щороку проходить гастрономічний фестиваль-ярмарок «Автентичні страви Рівненщини» [18]. На якому майстри кулінарних справ демонструють гастрономічне різноманіття Дубенщини, проводять майстер-класи, організовують виїзну торгівлю кулінарними та кондитерськими виробами.

Наразі, музейний простір використовується як майданчик нового формату для просвітництва та освітнього процесу. У цьому напрямі музейними працівниками використовуються такі форми культурно-дозвілдової діяльності як заняття й уроки в музеї, створення й організація роботи любителських об'єднань та студій тощо. Особливістю навчання у музеї є неформальність та добровільна участь усіх учасників. А також наочність та високий ступінь достовірності отриманої інформації. У даному випадку мова йде про уроки літератури які започатковано співробітниками

Літературного музею ім. У. Самчука (сектор РОКМ). Вони розроблені у відповідності до шкільної програми 11 класу загальноосвітньої школи [29].

Також музейний простір активно використовують і жителі краю для реалізації власних ініціатив у сфері культури. Так, у 2018 р. у рамках програми «Малі міста – великі враження» групою ініціативних острожан було реалізовано івент-проект «Культурний Барбакан». Масове свято тривало упродовж цілого дня і включало насичену культурно-розважальну програму «Таємниці мистецтва» (майстер-класи з побутового середньовічного танцю, розпису еко-сумок, виготовлення еко-сувенірів тощо) із просвітницькими елементами (мистецька лекція «Ренесанс – епоха Леонардо да Вінчі» мистецтвознавця Н. Кушнірук) [56].

Приміщення музею все частіше використовується у рамках культурних проектів та акцій які організовують громадські організації та мистецькі об'єднання, комунальні заклади сфери культури. Приміром доволі часто у виставкових залах музеїв Рівненщини відбуваються презентації персональних виставок (художня виставка картин «Палітра душі» М. Фесюка відбулась виставка живопису «Моя Україна» В. Гвоздинського, українське малярство презентовано на виставці «Палітра Тетяни Мялковської», фотовиставка «Кременець. Вона Мене» – це лише деякі заходи, що відбувалися у Дубенському замку упродовж минулого календарного року [18]).

Із 2014 року зусиллями працівників обласної філармонії започатковано проект «Класична музика у замку». Який, упродовж 10-ти років користується популярністю у поціновувачів класичного музичного мистецтва. За час реалізації проекту солісти філармонії провели понад 50 виїзних концертів «Музика в Острозькому замку», «Музика в Острозьській академії», «Музика у старовинному корці», «Музика у Дубенському замку», «Музика у Підгорецькому замку», «Стежками древнього Кременця» та ін. [23]

Минулоріч започатковано проведення музичних імпрез «Князі Любомирські на Рівненщині» (25.05.2023р.) солістами Рівненської обласної

філармонії у Рівненському краєзнавчому музеї [29]. Такі музичні акції викликають схвальні відгуки у поціновувачів музичного мистецтва й є яскравим прикладом практичного застосування сучасної event-технології, яку використовують комунальні заклади культури, що функціонують на Рівненщині.

Окрім концертних програм, які можна розглядати як event у місті Рівне, обласна філармонія щороку організовує фестиваль «Органний собор» який складається із трьох – чотирьох етапів і не проводиться, у два-три дні, а передбачає об'єднання музичних виступів запрошених професійних музикантів здебільшого у вихідні дні упродовж двох-трьох місяців. Так, у 2024 р. відбувся XXI-й фестиваль, який у відповідності до складу учасників став міжнародним (див. Додаток Г). Організація такого музичного дійства є справжнім музичним святом обласного центру, де усі поціновувачі класичного й неокласичного та джазового мистецтва, мають можливість насолодитися живим звучанням органу та музичних інструментів запрошених українських та зарубіжних професійних виконавців. Так серед запрошених виконавців були диригент О. Сповж (США), органіст С. Пронесті (Італія) та І. Кудрявцев (Швейцарія), скрипалька Ю. Ван (Китай) та ін. [23].

Рівненська обласна філармонія започаткувала проведення концертів просто неба які відбулися перед центральним входом у органний зал («Музика в саду: українське ретро» (15.05.2024р.) [23].

Активізація роботи комунальних установ здійснюється шляхом співпраці із громадськими об'єднаннями й приватними організаціями, з метою створення «унікального культурного продукту», який стане справжньою подією у культурному житті краю. Прикладом об'єднання таких зусиль є організація спільного проекту РОФ та громадської організації «Рівненський центр вуличних культур» – Фестивалю «Dance-classic» (який заплановано провести на території залу Камерної та органної музики 01 червня 2024 р.) [23]. Такий захід є прикладом поєднання класичного

музичного (адже музичний супровід дійства здійснює камерний оркестр РОФ) та сучасного хореографічного мистецтва.

Також особливими подіями у житті міста є театралізовані екскурсії та нічні атракції, які вже як п'ять років входять у перелік платних послуг Рівненського обласного краєзнавчого музею, Дубенського та Острозького історико-культурних заповідників.

У Дубні, зусиллями музейних працівників розроблено театралізовану екскурсійну програму «Історія тортур й покарань», основні сцени якої відбуваються у приміщенні стаціонарної виставкової експозиції із аналогічним найменуванням. Також зусиллями фахівців музею-заповідника проводиться нічна атракція «Духи та легенди Дубенського замку», яка є костюмованим видовищем, що згідно із режисерським задумом починається у темну пору доби (тобто у вечірній час) й передбачає організацію спеціально-розробленої екскурсійної програми підземеллями замку із використанням 3-D ефектів (світлові й шумові ефекти) [30, с.165].

Аналогічні культурні продукти входять до переліку платних послуг краєзнавчого музею обласного центру. Нічна атракція «У гостях у князя Любомирського», «Улас Самчук», нічні директорські екскурсії містом, по праву можна вважати тими спеціальними культурними подіями міста, що відповідають культурним запитам краян й «відкривають» музей із іншого боку – як установу, що цінує й працює для усіх поціновувачів історії та мистецтва Рівненщини [30, с.166].

Вище зазначене вказує на те, що у XXI столітті індустрія дозвілля краю стає більш різноманітною та доступною для широкої аудиторії завдяки розвитку технологій, медіа та глобалізації. Водночас для розуміння особливостей розвитку та перспективних напрямків діяльності організацій сфери культури у сучасному світі, важливо враховувати кілька ключових аспектів. Перш за все, технології мають величезний вплив на розвиток індустрії дозвілля. Віртуальна реальність, розширена реальність, штучний інтелект, блокчейн – усі ці інновації перетворюють способи, якими ми

споживаємо розваги та дозвілля. Ігрова індустрія, онлайн-стрімінгові платформи, цифрові медіа-сервіси – це лише кілька прикладів нових форм контенту, що набирають популярність. Технології також дозволяють створювати персоналізовані пропозиції для споживачів та полегшують доступ культурних продуктів «на відстані».

Другим ключовим аспектом є зміни у споживчому підході. Наразі молодь, як базовий споживач культурного продукту, віддає перевагу не лише самому продукту (чи послугі), а й враженню, яке отримано у результаті споживання. Тому організаціям сфери культури важливо розуміти цей підхід та працювати над створенням унікальних та цікавих практик для споживачів, адже розуміння цього тренду дозволить розширити споживачську аудиторію й водночас бути цікавим для постійних споживачів культурного продукту.

Подальші перспективи розвитку індустрії дозвілля у XXI столітті, на наше переконання, можуть бути пов'язані із розвитком сегменту віртуальної реальності та доповненої реальності, який наразі активно набирає обертів. Ці технології дозволяють споживачеві поглибити свій досвід інтерактивного спілкування з оточуючим світом та максимально зануритися у віртуальну або доповнену реальність. Це може стати новим напрямком розвитку для індустрії розваг та дозвілля, відкриваючи нові можливості для створення унікальних форм роботи для споживачів. Організації, що зможуть пристосуватися до цих змін та впроваджувати інновації, матимуть найбільші шанси на успіх й утримувати конкурентні позиції на рівненському сегменті соціокультурного ринку.

ВИСНОВКИ

Виконане у відповідності до завдань дослідження є підставою для наступних висновків:

1. Event – дефініція британського походження відносно недавно увійшла у коло вживаних на теренах України слів. Наразі термін event як у побутовому, так і у науковому обороті, вживається без перекладу як запозичений іншомовний термін або ж його транслітерація «івент». Під івентом розуміють заздалегідь заплановану соціокультурну подію, яка відрізняється від буденних (поточних) заходів. Час та мета її проведення заздалегідь анонсується. Характерними властивостями event є винятковість самої події та високий рівень планування й бездоганне виконання кожної запланованої організаційної складової.

Event-менеджмент розглядається сучасними дослідниками як функція, як вид діяльності, як процес, як спосіб комунікації, як спеціальна технологія, як інструмент або засіб досягнення мети.

2. Описуючи event-менеджмент можна звернути увагу на частоту повторюваності таких понять як фахівці, функції, спеціальні технології. Ми погоджуємось з позицією дослідників, що розглядають event-менеджмент як складну технологію, складовими частинами якої є розробка концепції події, вибір локації, планування програми, координація учасників та оцінка результатів. Технологічний процес event-менеджменту поєднує у собі елементи мистецтва, науки та бізнесу. Він вимагає від фахівців великої кількості компетентностей, починаючи від творчості та технічної майстерності й закінчуючи умінням ефективно керувати ресурсами та взаємодіяти з різними зацікавленими сторонами.

Event-менеджмент є складовою індустрії дозвілля, що поступово увійшов у практичну роботу усіх державних організацій сфери культури, водночас основним спрямуванням залишається культурно-дозвіллева діяльність.

3. У XXI столітті зміни торкнулися практично усіх сфер життєдіяльності людини, у тому числі й сфери дозвілля. Зміни відбулися й у самому сприйнятті дозвілля: якщо раніше воно сприймалось як «відпочинок від праці», то сьогодні дозвілля розглядається як важлива складова здорового способу життя й можливості розвитку особистості, самовдосконалення та отримання естетичного задоволення. Такий підхід щодо сприйняття дозвілля працездатного населення дав поштовх до активного розвитку індустрії дозвілля.

4. Досліджуючи індустрію дозвілля Рівненщини можемо умовно її поділити на два блоки, в основу яких покладено джерело управління, у тому числі й фінансового забезпечення. Мова йде про комунальні й приватні заклади індустрії дозвілля. За статистичними даними управління культури і туризму Рівненської облдержадміністрації у 2023 році на теренах Рівненщини функціонує 1272 комунальні установи сфери культури із значним досвідом роботи у сфері: просвітництва, відпочинку та розваг, навчально-виховній й культуро-творчій сферах, сфері спорту та фізичного виховання.

Наразі комунальні заклади культури є важливим елементом культурного та соціального життя краю. Їх функціонування та роль у розвитку індустрії дозвілля полягають у забезпеченні доступності культурних послуг, організації культурних подій, збереженні культурної спадщини та освіти населення. Вони сприяють розвитку культурного життя, підтримці талантів та формуванню культурної ідентичності Рівненщини.

Активний розвиток й наявний платоспроможний споживацький попит стали тими чинниками, які активно залучають в індустрію дозвілля приватні бізнес-ініціативи. Сьогодні на Рівненщини функціонують бізнес-структури, що забезпечують: інтелектуальний та творчий, фізичний розвиток, пасивний відпочинок та організацію event-подій.

Значення приватного бізнесу у розвитку індустрії дозвілля підтверджується його вмінням відповідати на вимоги ринку та споживачів.

Інвестиції приватного сектору допомагають впроваджувати нові технології, вдосконалені послуги, що забезпечує у свою чергу розвиток індустрії дозвілля на Рівненщині в цілому. Також приватний бізнес в індустрії дозвілля забезпечує здорову конкуренцію. А відтак є стимулом для постійного вдосконалення усіх учасників ринку та призводить до покращення роботи й активного розвитку індустрії дозвілля на Рівненщині.

Застосування технологій event-менеджменту організаціями індустрії дозвілля є своєрідною адаптацією до нових реалій функціонування закладів сфери культури.

5. Однією із перших, нові форми дозвіллевих практик на теренах Рівненщини почали використовувати бібліотеки. Наразі уся бібліотечна система краю поступово перетворюється на багатофункціональний сучасний простір стаючи місцем для навчання, саморозвитку та змістовного дозвілля, адже бібліотеки активно впроваджують у практичну діяльність різноманітні тренінги, конференції, презентації, майстер-класи, воркшопи, квести, флешмоби, творчі зустрічі та ін. Особливу вагу привертають такі інноваційні форми роботи як Хаби. Так, у сучасному просторі обласної книгозбірні результативним є інклюзивний цифровий Хаб «Окуляр», який спрямований на забезпечення рівних можливостей та доступу до інформації для людей із порушенням зору дозволяючи їм відчувати себе повноцінними учасниками культурного життя. Нещодавно бібліотека приєдналась до мережі Хабів цифрової освіти Національного проекту Дія.

Працівники музеїв активно впроваджують нові форми культурно-дозвіллевих практик (флешмоби, музейні марафони, гастрономічні свята, музичні імпрези, нічні атракції, нові форми освітнього процесу, віртуальні виставки й наукові описи музейних експонатів тощо). Такі маркетингові прийоми із використанням сучасних event-технологій вказують на застосування сучасних дозвіллевих форм з метою популяризації музею як сучасного дозвіллевого об'єкту із його унікальним арт-простором.

Мистецькі комунальні установи Рівненщини активно співпрацюють із громадськими об'єднаннями й приватними організаціями з метою створення «унікального культурного продукту» який стає справжнім «special event» міста. Мова йде про фестивалі «Органний собор», «Dance-classic», проведення вистав та концертів просто неба, організацію концертних програм, вистав та творчих зустрічей із запрошеними мистецькими колективами й відомими вітчизняними й зарубіжними митцями тощо.

Таким чином, використання event-технологій під час створення соціально-культурних заходів у закладах культури може сприяти задоволенню певних потреб мешканців міста, якісному наповненню діяльності учасника (відвідувача) під час заходу та формуванню позитивного іміджу закладу культури. У сучасних умовах event-технології є важливою складовою дозвілля та культурного життя суспільства, що інтенсивно розвивається. Тому, впровадження подієвих технологій в організацію соціально-культурної діяльності населення в закладах культури Рівненщини та підвищення компетентності фахівців індустрії дозвілля в цілому сприятимуть створенню культурного продукту високої якості, що відповідає сучасним запитам мешканців краю.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрієнко В.І. Організація дозвілля в закладах клубного типу як предмет культурологічних досліджень. Вісник КНУКіМ [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.stationline.org.ua/pedagog/96/16688-organizaciya-dozvillya-v-zakladax-klubnogo-tipu-yak-predmet-prikladnix-kulturologichnix-doslidzhen.html>
2. Антоненко І.Я. Особливості розвитку та застосування івент-менеджменту в Україні. Сучасний менеджмент і економічний розвиток : реферативний збірник матеріалів постійно діючої міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 1 вересня 2011 р. - 29 лютого 2012 р. Суми : СумДУ, 2012. № 1. С. 5.
3. Антонюк О.В. Менеджмент культурно-мистецької сфери. Часопис НМАУ ім. П.І. Чайковського: науковий журнал. К., 2011. №2 (11). С. 104–110.
4. Банах В. М. Музейні інновації та інтерактивність у теорії та практиці музейної справи. Historical and cultural studies. 2016. Vol. 3, Num. 1. С. 1-5.
5. Безклубенко С. Д. Мистецтво організації громадської думки : монографія. Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. Київ: Вид. центр КНУКіМ. 2016. 398 с.
6. Бояр Н. Музей як освітній простір (на прикладі діяльності музеїв Рівненщини). Наукові записки Рівненського обласного краєзнавчого музею. Вип. XVIII : Зб. наук. праць. Рівне : Видавець О. Зень, 2020. 244 с. С.117-123
7. Виткалов С. В. Рівненщина: культурно-мистецький потенціал в парадигмах сучасності: монографія. Рівне: ППДМ, 2012. 416 с.
8. Виткалов С.В. Культурно-дозвіллева сфера регіону: пошук нових форм існування. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. 2015. №1. 34-37.

9. Виткалов С.В., Виткалов В.Г. Прикладні проблеми культури в регіоні: досвід Рівненщини. Укр. культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку: Вип. 20, 2014. т. 2. С. 206-210.
10. Власенко О.Б. Івентивний менеджмент як окремий напрям дослідження в сучасній науці Науковий вісник Херсонського державного університету. Вип. 9. Частина 3. 2014 С.142-145.
11. Володіна М.Р. Event-менеджмент в сфері організації заходів. Молодий вчений. 2019. №5. С. 103 – 106.
12. Воскресенська О. Є., Фурсов А. М. Event-менеджмент в управлінні розвитком подієвого туризму. Молодий вчений. 2019. № 2(1). С. 248-252. [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv>
13. Глущук О.Г., Соїч В. Торгово-розважальні центри як сучасні заклади організації дозвілля громадян (на прикладі м. Рівне). Актуальні питання культурології: Альманах наукового товариства «Афіна» кафедри культурології та музеєзнавства. Вип. 13 (за ред. проф. В.Г. Виткалова) Рівне: РДГУ, 2013. С. 81-83. [218 с.].
14. Даниленко О. О. Особливості та дискусійні аспекти понять «подія» та «івент» у ресторанному господарстві Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Вип. 6, 2022 [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/tourism/article/view/1189/1121>
15. Данилова В. Принципи та перспективи розвитку режисури «спеціальних художніх подій». [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://ephd.cz/wp-content/uploads/2018/ephd_2018_4_4/14.pdf
16. Данилова В. Спеціальні художні події як інструмент впливу на суспільну й індивідуальну свідомість Актуальні питання гуманітарних наук. Вип. 22. Том 2. 2018. С.17–23. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.aphn-journal.in.ua/archive/22_2018/part_2/5.pdf
17. Державне-комунальне підприємство «Міське об'єднання парків культури та відпочинку». Офіційний веб-сайт [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://park.rv.ua>

18. Дубенський замок. Офіційний веб-сайт. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zamokdubno.com.ua/>
19. Іванова О. В. Методичні підходи до розробки бізнес-івенту. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://firearticles.com/economika-pidpryemstv/220-metodichn-pdhodi-do-rozrobkibznes-ventu-vanova-o-v.html>
20. Комунальний заклад «Рівненська державна дитяча художня школа імені А.І. Мартиненка» РМР. Офіційний веб-сайт. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://hudogka.rv.ua/>
21. Комунальний заклад «Рівненська дитяча музична школа №2». Офіційний веб-сайт [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://sites.google.com/site/rivnemusikschool2/>
22. Комунальний заклад «Рівненська обласна універсальна наукова бібліотека» Рівненської обласної ради. Офіційний веб-сайт [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://libr.rv.ua/>
23. Комунальний заклад «Рівненська обласна філармонія» Рівненської обласної ради. Офіційний веб-сайт [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://organ.rv.ua/>
24. Комунальний заклад «Рівненський академічний український музично-драматичний театр». Офіційний веб-сайт [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.dramteatr.com.ua/teatr/>
25. Комунальний заклад «Рівненський академічний обласний театр ляльок» Рівненської обласної ради. Офіційний веб-сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.teatr.rv.ua/>
26. Комунальний заклад «Рівненський зоопарк загальнодержавного значення». Офіційний веб-сайт [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zoopark.rv.ua>
27. Комунальний заклад «Рівненський міський палац дітей та молоді». Офіційний веб-сайт [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.pdm.org.ua>

28. Комунальний заклад «Рівненський міський палац культури «Текстильник»» Рівненської обласної ради. Офіційний веб-сайт [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://mpkrivne.com.ua/>
29. Комунальний заклад «Рівненський обласний краєзнавчий музей» Рівненської обласної ради. Офіційний веб-сайт [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://oblmus.ucoz.ua/>
30. Кравчук Я. Нові форми культурної діяльності музейної мережі краю в сучасних умовах. Наукові записки Рівненського обласного краєзнавчого музею. Вип. XVIII : Зб. наук. праць. Рівне : Видавець О. Зень, 2020. С.161-167. [244с.].
31. Малюта Л. Я., Шерстюк Р. П., Островська Г. Й. Event-менеджмент в індустрії туризму. Центральнoукраїнський науковий вісник . Економічні науки. - 2021. Вип. 6. С. 220-230. [Електронний ресурс] Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npkntu_e_2021_6_23
32. Мисик В.М. Сутність та характеристика івент-менеджменту в системі управління підприємства. Економіка та управління підприємствами. Вип 50-1.2020. С. 143–148.
33. Мисливсько-спортивний клуб «Сокіл». Офіційний веб-сайт [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://sokil-susk.com.ua/>
34. Напалкова А.А. Менеджментові дослідження на ринку event-послуг. Event-менеджмент. Вип. 3. 2014. С. 210–226.
35. Нікітіна І. Музейний простір та новітні технології: співдружність та протиріччя (з досвіду НМГО і ВС). Наукові записки [Національного університету "Острозька академія"]. Сер. : Культурологія. 2013. Вип. 13. С. 83-87.
36. Ніколюк О. В., Дьяченко Ю. В., Савченко Т. В. Особливості розвитку івент-менеджменту в Україні. Інвестиції: практика та досвід. Вип. 6. 2021. С. 98-103.
37. Новікова В.В., Бондар Н.П., Шаран Л.О. Впровадження event-менеджменту в діяльність підприємства готельно-ресторанного

- господарства. Modern engineering and innovative technologies. Issue 10. Part 2.2019. С 45–54.
38. Новікова Г.Ю. Середовищний музей як феномен сучасних культурних індустрій: автореф. дис. ... канд. культурології : 26.00.05; Харків. держ. акад. культури. Харків, 2019. 17 с.
39. Оборська С.В. Подієвий менеджмент у мистецтві. Культура і мистецтво у сучасному світі. 2014. Вип. 15. С. 57–63.
40. Оборська С. В. Сучасна проблематика подієвого менеджменту мистецьких проєктів. Культура України. Серія : Мистецтвознавство. 2018. Вип. 61. С. 389-397. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Kum_2018_61_40.
41. Офіційний веб-сайт Розважально-оздоровчого комплексу «Підкова». [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://pidkova.org/>
42. Пашкевич М. Ю. Івент-технології у сфері дозвілля . Культурно-дозвіллева діяльність у сучасному світі: кол. монографія. Київ: Вид-во: Ліра-К, 2017. 328 с.
43. Пашкевич М. Ю. Івент-технології як інструмент формування державного іміджу. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв Вип. 3, 2018. С.176-181.
44. Пашкевич М. Ю. Культурно-дозвіллева діяльність у сучасному світі: монографія. Київ: Вид-во: Ліра-К, 2017. 328 с.
45. Пашкевич М. Ю. Подієві практики як ефективний інструмент паблік рилейшнз. Культура і сучасність : альманах. 2021. Вип. 1. С. 216-222.
46. Петрова І.В. Культурно-дозвіллевi практики населення сучасної України: тенденції та пріоритети. Культура і сучасність. 2011. Вип. 1. С.108-113.
47. Повалій Т. Л. Івент-менеджмент: навчальний посібник. Суми: Сумський державний університет, 2021. 198 с.
48. Поліщук Л.О. Перспективи розвитку клубних закладів [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv

49. Поплавський М. M.Event-менеджмент у індустрії дозвілля Питання культурології. Вип. 33. 2017. С. 186-197. [Електронний ресурс] Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pkl_2017_33_19
50. Радіонова О.М. Конспект лекцій з курсу «Івент-технології». Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. 67 с.
51. Рівненська міська рада та її виконавчий комітет. Офіційний веб-сайт [Електронний ресурс]. Режим доступу: // <http://www.city-adm.rv.ua>
52. Рівненська обласна рада. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://oblrada.rv.ua/>
53. Сурмач О. І. Музей як соціокультурне явище сучасного суспільства. Гілея: науковий вісник. Вип. 95. 2015. С. 136-140.
54. Трухачова К. В., Власенко Н. А., Воскресенська О. Є., Софієнко А. В., Шукліна В. В. Особливості технологій обслуговування туризму в EVENT-менеджменті: екополітика, логістика, маркетинг у інфраструктурно-ресурсному та анімаційному плануванні події. Вісник Херсонського національного технічного університету. 2021. Вип. 4. С. 231-239. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://nbuv.gov.ua/>
55. Управління культури і туризму Рівненського міськвиконкому. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://culture-rivne.com.ua/>
56. Управління культури і туризму РОДА. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.rv.gov.ua/sitenew/main/ua/publication/>
57. Хамініч С.Ю. Стратегічне планування на підприємствах: теоретико-методологічний аспект. Економіка: проблеми теорії та практики : збірник наукових праць. Дніпропетровськ : ДНУ, 2009. Вип. 249 : в 6 т. Т. 5. С.1317 – 1322.
58. Хитрова О.А. Харитоновна Ю.Ю. Стан і тенденції розвитку Івент-менеджменту в Україні. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Вип. 12. 2017. С.27–31.

59. Юрчук О. Культурно-освітня діяльність музею в сучасних умовах. Наукові записки Рівненського обласного краєзнавчого музею. Вип. 10., 2012. С. 232-237.
60. Ялоха Т. О., Громадський Р. А. Event-менеджмент як елемент сучасної культурно-мистецької практики. Науковий вісник Київського національного університету театру, кіно і телебачення імені І. К. Карпенка-Карого. 2021. Вип. 27-28. С. 180-189. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkkarogo_2021_27-28_23

ДОДАТКИ

Додаток А. Комунальні заклади індустрії дозвілля міста Рівне



Додаток Б. Квест «Шляхами гуманітарного спадку» у Рівненській обласній книгозбірні



Додаток В. Цифровий Хаб «Окуляр» Рівненської обласної наукової універсальної бібліотеки



Додаток Г. Міжнародний фестиваль «Органний собор»

ОРГАННИЙ СОБОР

РІВЕНСЬКА ОБЛАСНА ФІЛАРМОНІЯ | ЗАЛ КАМЕРНОЇ ТА ОРГАННОЇ МУЗИКИ

Festival Organ Cathedral-2024

11.02
17.00

ВІДКРИТТЯ
ХХІ-го Міжнародного
органного фестивалю
«Органний собор –
2024»

Георгій Курков (орган, м. Вінниця)

Каса: 068 058 60 72 | www.organ.rv.ua | **TICKET** club www.ua



Рівненська обласна філармонія представляє щорічний фестиваль органної музики

Історія фестивалю

Перший фестиваль органної музики Рівненська обласна філармонія провела у 2003 році (15-31 січня). Ініціював створення заходу директор філармонії Святослав Мельничук. Презентували фестиваль під назвою «Світ дивовижний органа».

В рамках органного фестивалю за час його існування до 2022 року свої концерти програми виконали Володимир Кошуба (Київ), Ірина Калиновська (Київ), Аллан Саттон (Англія), Наталія Молдаван (Хмельницький), Катерина Сгаркова (Рівне), Максим Сидоренко (Київ), Олена Юдіна