

9. Официальный сайт компании Apple Inc. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://apple.com/ru> – Дата доступа: 17.02.18.

Делец К.С., магистрант

Научный руководитель – Мойсейчук С.Б.

ИВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ В СТРУКТУРЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОНЦЕРТНОГО АГЕНТСТВА

Значимость сферы арт-индустрии на сегодняшний день сложно переоценить, ведь она действительно масштабна и включает в себя многочисленные сегменты деятельности, которые, в свою очередь, транслируют в общество ценности различных видов искусств.

«Арт-индустрия – это сфера деятельности, сектор арт-рынка, включающий в себя производство, сбыт произведений искусства и услуг в сферу культуры, сопряженные секторы и потребительскую аудиторию» – такое определение предлагает доцент кафедры менеджмента социокультурной деятельности И.Л. Смаргович на лекциях по курсу «Арт-индустрия» в Белорусском государственном университете культуры и искусств.

Российский ученый-культуролог Г.Н. Новикова, одна из первых в российской академической среде, опубликовала пособие по арт-менеджменту, в котором дала свое определение: «арт-менеджмент – это профессиональное управление процессом создания художественных ценностей (материальных и духовных), продвижение на рынок культурных услуг как результатов творческой деятельности авторов, режиссеров, исполнителей и организационных усилий коллектива организации» [5, с. 135].

На наш взгляд, одним из самых значимых на сегодняшний день сегментов арт-индустрии, является сфера ивент-услуг.

По мнению Г.Л. Тульчинского, ивент-менеджмент возник силами и трудами работников социально-культурной сферы, тех, кто занимался и занимается организацией и проведением массовых праздников. Этот эффективный и эффективный инструмент в арсенале современного менеджера органично привился в социально-культурной сфере, используемый и как цель и как средство развития сферы культуры. И это вполне логично – кому, как не менеджерам социально-культурной сферы, совершенствовать этот важный инструмент [7, с. 7-8].

С.Г.Ермаков предлагает под ивент-менеджментом понимать все действия и меры, которые предусматриваются при планировании, организации, контроле и управлении специальным событием с целью привлечения целевой аудитории к своим товарам и услугам посредством позиционирования компании на рынке в качестве эксперта [3]. До настоящего времени не существует однозначного и четкого ответа на вопрос, к какой области можно отнести специальные события. Распространенным является представление о специальных событиях как об одной из составляющих непрямой рекламы, к которой они относятся наряду со стимулированием потребителей, торговых посредников, прямым маркетингом. Многие эксперты склонны считать непрямую рекламу и специальные события элементом интегрированных маркетинговых коммуникаций. Также существует точка зрения, согласно которой специальные события находятся «на границе» связей с общественностью и непрямой рекламы.

Существует и иная точка зрения на ивент-деятельность. В данном случае идет речь о специальных событиях как отдельно взятом корпоративном мероприятии (заказном мероприятии). В этом случае нет необходимости в продвижении товара/услуги, популяризации компании и получении прибыли, как сверхзадачи мероприятия. Чаще всего, создается мероприятие с целью поддержания корпоративной культуры внутри рабочей команды (тимбилдинги, корпоративные вечера, мастер-классы и другие формы).

На рынке ивент-услуг в Республике Беларусь существует достаточное количество организаций (агентства, компании, индивидуальные предприниматели с небольшим штатом сотрудников), которые профилем своей деятельности определяют именно второй вариант понятия ивент-деятельности (проектирование и реализация корпоративных мероприятий для компаний), не исключая и создание специальных мероприятий для продвижения продуктов компании, например. И тем не менее, ставку делают на подготовку предложений по подготовке и реализации корпоративных мероприятий для сотрудников организаций.

Изучая опыт работы «титанов ивент-рынка Беларуси», можно сказать, что первоначальные ресурсы компании не имели больших оборотов, ввиду этого их деятельность была достаточно скромна по охвату сфер. Но с расширением штата, а также налаживанию систем партнерства, ранее просто рекламные компании уже сегодня реализуют специальные мероприятия, закрывая все позиции (дизайн-оформление, режиссуру и др). К числу таких компаний можно отнести Агентство «Ивентум Глобо» [2], TDI Group – группа рекламных компаний, работающая в России и Беларуси [1].

Однако есть и другие компании, которые занимаются ивент-деятельностью, однако, профильной сферой работы считают иную – концертно-гастрольную. У таких компаний есть несколько неоспоримых преимуществ, например:

1. Подрядчики-партнеры – именно прокатчики звукового и светового оборудования, как правило являются самыми затратными позициями в смете, но ввиду долголетнего совместного сотрудничества или работе на перспективу, концертному агентству удастся сократить издержки по дорогостоящим подрядчикам.

2. Артисты для мероприятия – еще одна позиция, которая чаще всего присутствует в техническом задании от потенциального заказчика мероприятия. Артисту выгодно сотрудничать с концертным агентством

напрямую, поскольку это люди, которые знают все нюансы и специфику работы, а, следовательно, это минимизация рисков.

ООО «Атом М» входит в группу компаний, предлагающей услуги по организации публичных и корпоративных мероприятий, фестивалей, концертов, BTL-мероприятий, PR-мероприятий. Концертное агентство «Атом М» было образовано в 2012 году командой специалистов с 15-летним опытом работы в концертном бизнесе (ими были созданы «Корпорация развлечений» и «Арт Мьюзик Сервис»).

За шесть лет работы на рынке социокультурных услуг организация «Атом М» уже успела заявить о себе как об одном из лидеров в организации досуга населению страны. Период с 2012-ого по 2014-ый отмечен для компании внушительным количеством концертов звёзд мировой сцены. Среди них – Валерий Меладзе, Земфира, Григорий Лепс, Стас Михайлов, Валерия, Ани Лорак, Ленинград, Depeche Mode, Moby, Deep Purple, Placebo, Lara Fabian, Lana Del Rey, Ennio Morricone и др. Следует отметить, что ежегодно количество концертов известных исполнителей и коллективов возрастает.

«Атом М» является организатором крупнейших массовых мероприятий формата open-air таких как «МОСТ». Еще один масштабный проект – музыкальный фестиваль «Global Gathering», который проводится в Беларуси с 2008 года. Это уникальный и масштабный open-air в Республике, который собрал более 50 000 поклонников танцевальной музыки. В 2015-ом «Атом М» открыл для Беларуси «GreenFest» – международный музыкальный фестиваль, в истории которого отметились десятки мировых знаменитостей.

На высоком уровне компания также занимается организацией различного рода бизнес-событий, среди которых спонсорские и благотворительные проекты, выставки и пресс-конференции, семинары и презентации, симпозиумы и конференции. В портфолио группы компаний – множество успешно проведенных корпоративных праздников, тимбилдингов и выездных мероприятий, а также массовые мероприятия с участием артистов, звезд спорта и кино, open-air фестивали, PR и BTL-акции.

На сегодняшний день сотрудники компании во главе с руководством приступили к подготовке двух абсолютно новых форматных мероприятий, которые нацелены на разные целевые аудитории. А это говорит о том, что помимо концертно-гастрольной деятельности, компания «Атом М» продолжает организовывать мероприятия, которые привлекают многочисленное количество потенциальных партнеров, а, следовательно, и заказчиков, которые изучив масштабы и опыт работы на больших площадках компании, у них не останется сомнений в профессионализме и работоспособности сотрудников «Атом М».

1. Агентство «Ивентум Глобо» [официальный сайт компании]. – Режим доступа : <http://eventum.by/> – Дата доступа : 07.03.2018.
2. Ермаков, С.Г. Event-менеджмент: обзор и систематизация подходов к организации мероприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/event-menedzhment-obzor-i-sistemizatsiya-podhodov-k-organizatsii-meropriyatiy> – Дата доступа : 09.03.2018.
3. Концертное агентство «Атом М» [официальный сайт компании]. – Режим доступа : <http://www.atomenter.by/ru> – Дата доступа : 07.03.2018.
4. Новикова, Г.Н. Технологии арт-менеджмента : учебное пособие / Г.Н. Новикова. – М., 2006 – 178 с.
5. Саидмамедова, С.С., Соловьева, И.А. Событийный менеджмент в социально-культурной сфере // Материалы VIII Международной студенческой электронной научной конференции «Студенческий научный форум» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.scienceforum.ru/2017/2414/28063 – Дата доступа : 09.03.2018.
6. TDI Group [официальный сайт компании]. – Режим доступа : <http://www.tdi.by/> – Дата доступа : 07.03.2018.
7. Тульчинский, Г. Л. Менеджмент специальных событий в сфере культуры: Учебное пособие. / Г.Л. Тульчинский, С. В. Герасимов, Т. Е. Лохина – СПб. : «Издательство ПЛАНЕТА МУЗЫКИ»; Издательство «Лань», 2010. – 384 с.