

COVID-19 ЯК ТРИГГЕР ГІБРИДНИХ ІВЕНТ-ТЕХНОЛОГІЙ В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ

COVID-19 AS A TRIGGER OF HYBRID EVENT TECHNOLOGIES IN THE TOURISM INDUSTRY

УДК 338.48

DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastuct66-13>

Радіонова О.М.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри туризму
і готельного господарства
Харківський національний університет
міського господарства
імені О.М. Бекетова

Александрова С.А.

к.пед.н., доцент,
доцент кафедри туризму
і готельного господарства
Харківський національний університет
міського господарства
імені О.М. Бекетова

Писарева І.В.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри туризму
і готельного господарства
Харківський національний університет
міського господарства
імені О.М. Бекетова

Radionova Olha

O.M. Beketov National University
of Urban Economy in Kharkiv

Aleksandrova Svitlana

O.M. Beketov National University
of Urban Economy in Kharkiv

Pysareva Iryna

O.M. Beketov National University
of Urban Economy in Kharkiv

В статті розглянуто вплив коронавірусної хвороби COVID-19 на розвиток сучасних івент-технологій. Визначено основні тенденції, що склалися на ринку івент-індустрії: онлайн-івеннти – заходи, які транслюють учасникам через інтернет або інші канали спільної взаємодії; віртуальні івеннти – заходи для яких використані технології віртуальної і доповненої реальності. У них величезний потенціал, і в сучасних умовах цей формат може зробити величезний ривок; гібридні івеннти – заходи, які поєднують у собі елементи онлайн та офлайн івента, коли фізичний простір доповнюється віртуальним, а до людей, які перебувають в офлайн, може приєднатися необмежена кількість учасників з онлайн. Тобто, це класичні івеннти, для яких частково використана методика віддаленої доставки контенту. Встановлено, що гібридні заходи стають новою реальністю сучасного івент-бізнесу. Їхня незалепчена перевага – можливість підключення віддаленої аудиторії. Успіх гібридних заходів обумовлений не лише стрімким розвитком технологій, а й особливостями сучасного івент-бізнесу та суспільства загалом. У сучасних умовах гібридні івеннти це величезна сфера для подальшого розвитку івент-ринку та сфери туризму – з використанням віртуальної реальності, штучного інтелекту та інших технологій.

Ключові слова: івент-технології, COVID-19, індустрія туризму, онлайн івеннти, віртуальні івеннти, гібридні івеннти.

The article considers the influence of coronavirus disease COVID-19 on the development of modern event technologies. The main trends in the market of the event industry are identified: online events – events that are broadcast to participants via the Internet or other channels of joint interaction; virtual events – events that use virtual (Virtual Reality) and augmented reality (Augmented Reality) technologies. They have great potential, and in modern conditions, this format can make a huge leap. The use of AR-technology in the industry event allows to provide: informativeness, interactivity, clarity and viral effect, because bright, unusual AR-videos are instantly saved and make you want to share them with friends and acquaintances; Hybrid events – events that combine elements of online and offline events, when the physical space is complemented by virtual, and people who are offline, can be joined by an unlimited number of participants from online. That is, these are classic events for which the method of remote content delivery is partially used. If desired, participants or speakers can connect to the broadcast or broadcast without coming to the location of the event. Only key participants can be in the room, and spectators are connected to the event via an Internet broadcast. This is due, among other things, to the fact that, given the need to maintain a "social distance" when seating, the same premises began to accommodate fewer participants. In such conditions, the organizers of the offline event must disinfect the site itself, the equipment used, as well as participants and staff working on it. At the same time, there are many different options of equipment, techniques and technologies for disinfection on the market in order to choose the best in terms of efficiency and price. It is established that hybrid events are becoming a new reality of modern event business. After all, no matter how online communication develops, personal communication remains an important part of the event industry and it is hybrid events that can provide this. At the same time, their undeniable advantage is the ability to connect a remote audience. The success of hybrid activities is due not only to the rapid development of technology, but also the peculiarities of modern event business and society as a whole. In modern conditions, hybrid events are a huge area for further development of the event market and tourism – with the use of virtual reality, artificial intelligence and other technologies.

Key words: event technologies, COVID-19, tourism industry, online events, virtual events, hybrid events.

Постановка проблеми. Кризові ситуації завжди пов'язані із пошуком нових рішень. У міру зняття обмежень на проведення масових заходів івент-індустрія почала адаптуватися як під офіційні вимоги, так і під споживчу поведінку, що змінилася. Івент-заходи в індустрії туризму мають велике економічне значення. У період їх проведення активізується діяльність усіх об'єктів туристичної індустрії. Івент туризм відіграє значну роль, у формуванні внутрішньої економіки, створенні додаткових робочих місць та сезонної зайнятості населення. Втім, у зв'язку з дією обмежувальних заходів, пов'язаних із поширенням коронавірусної хвороби COVID-19, івент туризм є одним із тих, що найбільше постраждав від карантину.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження питань розвитку івент-індустрії висвітлено у працях зарубіжних і вітчизняних вчених, зокрема: Г. Боудіна, Дж. Аллена, Р. Харріса, Дж. Біча, А. Шона, Б. Перрі, Дж. Там, Г. Олексюка, І. Ангелко, Н. Самотього, Ю. Дьяченко, Т. Седікова, В. Бондар, М. Пашкевича, О. Хитрова, Ю. Харитонова [1–9] та інші. Аналіз наукової літератури виявив, що недостатньо розкритими залишаються питання використання сучасних технологій в організації івент-заходів.

Формулювання завдання дослідження. Метою роботи є вивчення впливу коронавірусної хвороби COVID-19 на розвиток сучасних івент-технологій.

Виклад основного матеріалу. В умовах розповсюдження гострої респіраторної хвороби COVID-19 набув поширення новий – віртуальний формат проведення івент-заходів. Популярність віртуальних івентів в останні роки зросла. В першу чергу – завдяки розвитку технологій, а також хорошій окупності та екологічності. В період, коли через коронавірус довелося скасовувати найбільші заходи, онлайн-івенти стали ще більш затребуваними.

Навіть коли офіційно заходи не скасовані, багатьом учасникам важко дістатися до локації. Організаторам за таких умов складно готувати міжнародні івенти, розраховані на велику кількість учасників. Скасування MWC в Барселоні стало яскравим прикладом того, що навіть значимі для галузі події не змогли встояти перед сучасними загрозами.

Раніше організацію онлайн-івентів виправдували дешевизною і екологічністю (особливо на тлі трендового скорочення «вуглецевого сліду» завдяки відмові від перельотів). Зараз причина інша, і більш серйозна. Але в той же час віддалені івенти приносять реальну вигоду організаторам і учасникам.

Для розуміння сучасної ситуації, що складається на ринку івент індустрії, важливо розділити основні поняття:

1) онлайн-івенти – заходи, які транслюють учасникам через інтернет або інші канали спільної взаємодії;

2) віртуальні – івенти, для яких використані технології віртуальної і доповненої реальності. У них величезний потенціал, і в сучасних умовах цей формат може зробити величезний ривок.

При цьому поняття «Доповнена реальність» або AR (від англійської Augmented Reality) слід відрізнити від схожого поняття «Віртуальна реальність» або VR (від англійської Virtual Reality). У другому випадку людина має справу з повністю штучно створеними об'єктами, наприклад, імітуються будівлі, предмети, люди або тварини, створюються цілі «світи» та «простори», що не мають жодного зв'язку з реальністю, в якій в даний момент знаходиться людина.

Технології ж AR використовують реальні об'єкти і предмети, при взаємодії з якими генерується додаткова інформація, яка «розкриває» їх у новому «світлі» і «кольорі». Наприклад, встановивши спеціальну AR-програму на телефон, можна підійшовши до стенду, ролл-апу або афіші «оживити» їх. На екрані телефону почнуть відображатися відео та аудіо-ефекти, з'являються інтерактивні кнопки, відкриється доступ до більш детальної інформації, тощо.

Організатори івентів заздалегідь готують об'єкти, які «оживлятимуться». Це можуть бути листівки, флаєри, білборди, афіші, ролл-апи,

зображення на уніформі, логотипи та практично будь-які об'єкти інтер'єру та оформлення майданчика. З кожним із них зв'язуються відео- та аудіо-файли, анімовані зображення, візуальні ефекти, інфографіка.

Щоб перетворити смартфон на інструмент доповненої реальності, учаснику івенту необхідно за QR-кодом завантажити спеціальний та безкоштовний додаток в App Store або Google Play. А на самому заході, запустивши цю програму, досить просто піднести на певну відстань телефон до об'єкта, розпізнавши маркер, запустити пов'язані з ним файли, вже збережені в пам'яті телефону. Таким чином, для роботи програми на самому івенті навіть не потрібне підключення до Інтернету.

Використання AR-технології в івент індустрії дозволяє забезпечити: по-перше, інформативність – смартфон для багатьох став звичним способом для отримання, збереження та розповсюдження інформації. AR-технології дозволяють робити це максимально зручно, насичуючи будь-який івент корисним, цікавим та яскравим контентом. По-друге, інтерактивність – через AR-додаток можна миттєво ділитися відео, графіками, фото, зв'язуватися з іншими учасниками заходу, організаторами. По-третє, наочність – технології доданої реальності дозволяють зроби́ти інформацію, що надається на івентах, більш наочною, зрозумілою і такою, що краще запам'ятовується завдяки візуалізації та спецефектам. По-четверте, вірусний ефект – яскраві, незвичайні AR-відео миттєво зберігаються та викликають бажання поділитися ними з друзями та знайомими.

Втім, як би не розвивалися онлайн-комунікації, особисте спілкування залишається важливою складовою івент індустрії.

Змінюється формат івентів, які починають поєднувати онлайн та офлайн формати – з'являються гібридні івенти.

3) гібридні івенти – заходи, які поєднують у собі елементи онлайн та офлайн івента, коли фізичний простір доповнюється віртуальним, а до людей, які перебувають в офлайн, може приєднатися необмежена кількість учасників з онлайн. Тобто, це класичні івенти, для яких частково використана методика віддаленої доставки контенту. При бажанні учасники або спікери можуть підключитися до мовлення або трансляції, не приїжджаючи на локацію івенту. У приміщенні можуть бути лише ключові учасники, а глядачі підключаються до заходу через інтернет-трансляцію. Це пов'язано, серед іншого, і з тим, що з урахуванням необхідності дотримуватися «соціальної дистанції» при розсадженні, ті самі приміщення стали вмещувати меншу кількість учасників.

Перше, з чим стикається в таких умовах організатор офлайн-заходу, це необхідність провести знезараження самого майданчика, обладнання, що використовується, а також учасників і співробітників, що працюють на ньому. При цьому на ринку є багато різних варіантів обладнання, методик та технологій для дезінфекції, для того щоб вибрати оптимальну за ефективністю та ціною.

Дотримання всіх цих заходів, безумовно, збільшує бюджет івентів, оскільки зменшується місткість приміщень, збільшується час оренди залу та обладнання, роботи персоналу тощо. Тому головним завданням у цих умовах стає підвищення цінності кожного окремого івенту для клієнта – і це вельми стимулюючий фактор, коли пошук оригінальних та яскравих рішень стає обов'язковою умовою успіху івенту.

Найімовірніше, технології та методики знезараження простору та людей – це ті заходи, які мають шанс найдовше затриматися на ринку. По-перше, побоювання чергової хвилі вірусу, що мутував, зберігатимуться досить довго. По-друге, навіть після подолання пандемії COVID-19 та розробки ефективних вакцин, багато заходів профілактики будуть корисними для забезпечення здоров'я людей та захисту їх від будь-яких інших вірусних захворювань.

При цьому для того, щоб гібридний івент пройшов успішно, важливо забезпечити певні умови:

По-перше, якісний звук на івенті. Слабкий звук та перешкоди стануть справжнім «кошмаром» для тих, хто вирішив відвідати івент віддалено. Мова спікера та питання учасників повинні звучати однаково розбірливо, саме тому варто подбати про якісні мікрофони та відмінну технічну підтримку під час сесій.

По-друге, швидкий інтернет. Від швидкості Інтернету безпосередньо залежить якість аудіо- та відеопотоків, а отже, саме цей показник визначає те, як побачать та почують івент віддалені глядачі. Як правило, на майданчику вже існує ексклюзивний провайдер, тому до вибору місця проведення івенту варто підійти особливо ретельно. Варто також звернути увагу на кількість одночасних трансляцій: паралельна трансляція одразу трьох сесій передбачає втричі швидше інтернет-з'єднання. Перевірити пропускну спроможність мережі можна на спеціальних сайтах.

По-третє, кількість та якість відеокамер. На етапі підготовки до івент-заходу важливо визначитися, які сесії транслюватимуться. У кожному залі має бути встановлена хоча б одна відеокамера, якщо дозволяє бюджет – одразу кілька. Знімаючи приміщення з різних ракурсів, граючи планами, можна зробити трансляцію різноманітнішою та привабливішою для глядача. Говорячи про вибір відеоапаратури, краще зупинитися на HD-камерах, що підтримують високу якість отриманого зображення.

По-четверте, взаємодія постачальників. У процесі організації гібридного івент-заходу задіяно велику кількість постачальників: компанії, що надають аудіо- та відеозйомку, техніки, мовленнєва компанія та швидше за все провайдер віртуальної платформи. Усі вони мають взаємодіяти одне з одним. Забезпечення злагодженої роботи всіх постачальників входить до завдань івент-координатора. Дуже важливо переконатися, що всі учасники, залучені до процесу організації івенту, перебувають у зв'язку й готові вирішувати спільні питання.

По-п'яте, доступне використання Android та iOS. Медіаконтент має бути доступним для користувачів різних мобільних пристроїв: як з операційною системою Android, так і з iOS. Зазвичай за цю опцію відповідає компанія мовлення.

По-шосте, взаємодія учасників між собою. В ідеалі відвідувачі івент-заходу мають безперешкодно взаємодіяти з онлайн-аудиторією, бачити її та чути. Якщо ж бюджет або технічні можливості обмежені, необхідно подбати про те, щоб віддалені учасники мали змогу бачити та чути все, що відбувається на майданчику, і залишати коментарі та запитання. До того ж, організаторам варто подбати про те, чим заповнити паузи в онлайн-просторі, коли під час офлайн івенту оголошено каву-брейк. Хорошою ідеєю буде створення віртуального модератора або гайда, за допомогою яких онлайн-учасники зможуть легко орієнтуватися в конференції.

По-сьоме, взаємодія спікера та віддалених учасників. Важливим нюансом при цьому є вміння триматися перед відеокамерою – погляд спікера періодично має бути звернений до камери. У разі питання з чату спікеру необхідно зазначити ім'я та місце проживання автора. Так учасник івенту відчує себе частиною того, що відбувається, навіть не дивлячись на те, що фізично він там бути присутнім не зміг.

По-восьме, обов'язковий тест заходу. Тестування дозволяє уникнути технічних помилок. Проводити його необхідно за кілька днів до івенту.

По-дев'яте, особливості віддаленої участі. Учасники офлайн івенту присутні на майданчику цілий день, на що не варто очікувати від онлайн-слухачів. Більшість віддалених учасників проводять біля екранів комп'ютерів лише кілька годин, і це цілком нормальне явище. Не варто очікувати від віддаленого учасника, що він просидить у монітора рівно стільки часу, скільки триває вся сесія. Завдання івент-команди – продумати, яким чином ненав'язливо надати онлайн-інформацію та чим утримати увагу користувача.

Важливо розуміти, що використання онлайн технологій є не просто способом здивувати учасників, а засобом досягнення певних цілей. Слід ґрунтовно продумати мету, яку необхідно досягти за допомогою того чи іншого івент-заходу.

Висновки. Гібридні заходи стали новою реальністю сучасного івент-бізнесу. Їхня незаперечна перевага – можливість підключення віддаленої аудиторії. Успіх гібридних заходів обумовлений не лише стрімким розвитком технологій, а й особливостями сучасного івент-бізнесу та суспільства загалом. У сучасних умовах гібридні івенти це величезна сфера для подальшого розвитку івент-ринку та сфери туризму – з використанням віртуальної реальності, штучного інтелекту та інших технологій.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Allen J. *The Business of Event Planning*. Canada : Wiley, 2002. 364 p.
2. Bowdin G., Allen J., O`Tool W., Harris R., McDonall I. *Events Management*. London and New York : Routledge, 2011. 974 p.
3. Beech J., Kaiser S., Kaspar R. *The Business of Events Management*. UK : Pearson Education Limited, 2014. 393 p.
4. Shone A., Parry B. *Successful event management: a practical handbook*. Cengage Learning : EMEA, 2004. P. 13.
5. Tum J., Norton P. *Management of Event Operations*. Oxford : Isevier/Butterworth Heinemann, 2006. 280 p.
6. Олексюк Г. В., Ангелко І.В., Самотій Н.С. Івент-індустрія: розвиток та проблеми в Україні. *Регіональна економіка*. 2020. № 3. С. 120–130.
7. Дьяченко Ю. В., Седікова І. А., Бондар В. А. Event -менеджмент як складник інформаційно-комунікаційних технологій у публічному управлінні. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського*. 2020. № 6. С. 39–44.
8. Пашкевич М. Ю. Івент-технології у сфері дозвілля. *Культурно-дозвіллева діяльність у сучасному світі : кол. монографія*. Київ : Вид-во: Ліра К, 2017. 328 с.
9. Хитрова О. А., Харитоновна Ю. Ю. Стан і тенденції розвитку івент-менеджменту в Україні. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент*. 2018. Вип. 30. С. 27–31.
10. Про встановлення карантину з метою запобігання поширенню на території України гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2, та етапів послаблення протиепідемічних заходів : постанова Кабінету Міністрів України від 20.05.2020 р. № 392. Урядовий портал: сайт. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-vstanovlennya-karantinu-z-metoyu-zapobigannya-poshirennyu-na-teritoriyi-ukrayini-gostroyi-respiratornoyi-hvorobi-covid-19-sprichinenoji-koronavirusomsars-cov-i200520-392> (дата звернення: 18.01.2022).

REFERENCES:

1. Allen J. (2002) *The Business of Event Planning*. Canada: Wiley, 364 p.
2. Bowdin G., Allen J., O`Tool W., Harris R., McDonall I. (2011) *Events Management*. London and New York: Routledge, 974 p.
3. Beech J., Kaiser S., Kaspar R. (2014) *The Business of Events Management*. UK: Pearson Education Limited, 393 p.
4. Shone A., Parry B. (2004) *Successful event management: a practical handbook*. Cengage Learning: EMEA, p. 13.
5. Tum J., Norton P. (2006) *Management of Event Operations*. Oxford: Isevier/Butterworth Heinemann, 280 p.
6. Oleksyuk G. V., Angelko I.V., Samotii N.S. (2020) *Ivent-industriya: rozvitok ta problemi v Ukraini*. [Event industry: development and problems in Ukraine]. *Regional'na ekonomika*, no. 3, pp. 120–130.
7. D'yachenko Yu. V., Sedikova I. A., Bondar V. A. (2020) *Event -menedzhment yak skladnik informatsiino-komunikatsiinih tekhnologii u publichnomu upravlinni*. [Event management as a component of information and communication technologies in public administration]. *Vcheni zapiski Tavriis'kogo natsional'nogo universitetu imeni V.I. Vernads'kogo*, no. 6, pp. 39–44.
8. Pashkevich M. Yu. (2017) *Ivent-tekhnologii u sferi dozvillya. Kul'turno-dozvilleva diyal'nist' u suchasnomu sviti* [Event technologies in the field of leisure. Cultural and leisure activities in the modern world]. Kiyv: Vid-vo: Lira K, 328 p. (in Ukrainian)
9. Khitrova O. A., Kharitonova Yu. Yu. (2018) *Stan i tendentsii rozvitku ivent-menedzhmentu v Ukraini* [Status and trends in the development of event management in Ukraine]. *Naukovii visnik Mizhnarodnogo gumanitarnogo universitetu. Seriya: Ekonomika i menedzhment*, vol. 30, pp. 27–31.
10. *Pro vstanovlennya karantinu z metoyu zapobigannya poshirennyu na teritorii Ukraini gostroi respiratornoi khvorobi COVID-19, sprichinenoji koronavirusom SARS-CoV-2, ta etapiv poslablennya protiepidemichnikh zakhodiv* [Establishment of quarantine in order to prevent the spread of acute respiratory disease COVID-19 caused by coronavirus SARS-CoV-2 in Ukraine, and stages of mitigation of anti-epidemic measures]. *Postanova Kabinetu Ministriv Ukraini vid 20.05.2020. № 392*. Uryadovii portal: sait. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-vstanovlennya-karantinu-z-metoyu-zapobigannya-poshirennyu-na-teritoriyi-ukrayini-gostroyi-respiratornoyi-hvorobi-covid-19-sprichinenoji-koronavirusomsars-cov-i200520-392> (accessed 18 January 2022).