

## ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ EVENT-МЕНЕДЖМЕНТА В РОССИИ

УДК 33

Статья посвящена процессу становления нового для России профессионального вида деятельности – event-менеджмента. Изучаются специфика и характерные черты event-менеджмента в российской экономике. Рассматриваются перспективы развития данной сферы деятельности.

*Ключевые слова:* event-менеджмент, организация мероприятий.

Event-менеджмент – это комплекс мероприятий, осуществляемых для создания массовых и корпоративных событий. Зарождение отдельного термина «event» и всего понятийного аппарата данной научной дисциплины в мире происходит в конце XX в. [Жабелова, с. 1]. Организация событий начинает рассматриваться не только как комплекс практических мероприятий, но и как самостоятельная научная дисциплина. Происходит выделение имеющего близкий смысл понятия event-индустрия, включающего в себя деятельность по планированию, организации, проведению и анализу мероприятий, событий, шоу.

Следует отметить, что организация массовых мероприятий предполагает большую ответственность и четкую координацию действий, поскольку связана с деятельностью в условиях большого скопления людей. Недостаточная продуманность и просчеты в организации могут привести к трагическим результатам. Из отечественной истории можно привести примеры с гибелью людей на Ходынском поле, которая произошла во время коронации Николая II (когда погибло более 1300 человек), а также в

день похорон И. В. Сталина. Из зарубежной истории можно привести в пример трагические события во время футбольного матча «Ливерпуль–Ювентус» в 1985 г. в Бельгии, когда из-за драки между болельщиками обрушилась трибуна стадиона, погибли несколько десятков человек и сотни были ранены.

Все это требует повышенной ответственности сотрудников в такой сфере, как event-менеджмент, когда непродуманность в организации крупного массового мероприятия может привести к человеческим жертвам.

В СССР event-менеджмент развивался в рамках плановой экономики, и организацией практически всех массовых мероприятий (демонстрации, ВДНХ, спортивные соревнования и т.д.) занимались различные государственные структуры. Надо сказать, что здесь были достигнуты немалые успехи: проводимые мероприятия впечатляли современников, по зрелищности не уступая зарубежным, а то и превосходя их. С переходом в 1990-е гг. к рыночной экономике event-менеджментом стали заниматься и коммерческие структуры.

Одна из целей event-менеджмента в коммерческой организации – создание сплоченного коллектива сотрудников. Этой цели, прежде всего, подчинена организация корпоративных мероприятий. Руководство организаций осознало, как важно работать с людьми, ведь вследствие кропотливого труда с данным ресурсом появляется возможность обеспечить максимально качественное выполнение сотрудниками своих обязанностей. Сотрудники должны позитивно воспринимать корпоративную культуру организации, ее ценности, разделять их и стать «семьей». Проведение событий для сотрудников может во многом помочь решить данный вопрос. Работоспособность и лояльность значительно повышаются, когда сотрудник осознает, что именно для него, а не только для потребителей, выделяется бюджет на мероприятия и праздники. В

итоге, как и вследствие тренингов, улучшается социально-психологический климат в коллективе и увеличивается его сплоченность.

Event-менеджмент также имеет большое значение для сознания позитивного имиджа государства. Один из самых продуктивных шагов в данном направлении, применяемых во всем мире – это организация зрелищных спортивных мероприятий. Event-менеджмент стремится не только повысить зрелищность мероприятия, но и получить материальную выгоду для организаторов за счет зрителей и спонсоров. Для этого менеджерам приходится превращать спортивное мероприятие в целое шоу-представление, чтобы интерес зрителей и спонсоров повышался.

С помощью проведения широкомасштабных event-ов Россия получает возможность позиционировать себя в мировом сообществе на высоком уровне. Проведение крупных спортивных соревнований в России за последние годы подняло event-менеджмент на новый уровень. Олимпиада в Сочи 2014 г. и Чемпионат мира по футболу 2018 г. содействовали тому, что тысячи россиян получили дополнительные навыки подготовки и проведения крупных турниров (навыки волонтеров, стюардов и т.д.). Эти спортивные события показали миру, какой высокий уровень организации мероприятий может обеспечить Россия. Так же не стоит забывать и про марафоны, бои по боксу, Универсиаду, которые развивают сферу событийных коммуникаций и помогают менеджерам получить незабываемый опыт в работе на международном уровне и перенести данный опыт в российскую практику. Благодаря event-менеджменту профессиональный спорт становится частью шоу-бизнеса, способной собирать полные стадионы зрителей и генерировать значительную прибыль [Кольченко, с. 89].

Event-менеджмент имеет свои категории и законы логики, теорию, принципы (объективность, системность), инструменты достижения целей и методы. Благодаря тому, что в последние десятилетия организация мероприятий имеет научное обоснование, event-специалистам крайне

необходимо получение систематизированных знаний, которые выстроят полноценный алгоритм работы в этой сфере деятельности. Потребность бизнеса в квалифицированных специалистах – событийных менеджерах диктует рынку образовательных услуг открытие новых направлений подготовки на стыке менеджмента, маркетинга, экономики, социологии и управления персоналом. Однако не многие учебные заведения спешат начать подготовку специалистов в области event-менеджмента, поскольку у широкого круга потенциальных студентов до сих пор есть некоторые заблуждения, касающиеся индустрии сервиса.

В современной России бытует мнение, что сервис – это обслуживание на бытовом, повседневном уровне, тогда как за рубежом на первый план выходит именно корпоративный, деловой сервис. Именно это ограничивает в понимании сотрудников сервиса лишь как обслуживающего персонала, такого как официант, дворник и т.п., а организация мероприятий сводится к созданию Дня рождения или Свадьбы. Люди упускают из вида, что в наше время сервис играет большую роль в бизнесе. Event-менеджер, благодаря мероприятию, может поднять организацию на новый уровень, сформировать ее позитивный имидж среди сотрудников и клиентов, обеспечить лояльность потребителей, повысить их информированность, спрос на товары и услуги. Event-мероприятия играют важную роль в маркетинговой политике организации [Сундарева, с. 1822]. Event-ы на сегодняшний день – это наиболее эффективное средство воздействия на целевые аудитории [Углова, Шиндряева, с. 111].

Профессия event-менеджера является сегодня достаточно престижной, требует от человека организаторских навыков, большого чувства ответственности, дает хорошие возможности для карьеры и вертикальной социальной мобильности.

Как государственные, так и коммерческие структуры все больше заинтересованы в специальности организатора мероприятий. Естественно,

что учреждения высшего образования реагируют на требования рынка, и открывают соответствующие направления обучения. В Уральском федеральном университете на кафедре истории и социальных технологий с 2000 г. велась подготовка студентов по специальности «Управление церемониями и деловым протоколом», с 2012 г. – подготовка бакалавров по профилю «Конференц-сервис и деловой протокол». В 2016 г. на базе кафедры открыта магистерская программа «Технологии event-сервиса», давшая новый импульс ее развитию.

Востребованность на рынке труда специалистов по event-менеджменту остается высокой благодаря росту спроса на многофункциональные мероприятия, как в бизнесе, так и в повседневной жизни. Люди учатся воспринимать мероприятие не только как праздник или концерт, но и как маркетинговую акцию, либо тренинг для работников. Существуют перспективы выхода event-менеджмента в России на новый уровень, благодаря повышению качества обучения специалистов и проведению масштабных массовых мероприятий как коммерческими, так и государственными структурами.

---

Жабелова Г. А. Теоретические основы исследования процесса формирования понятия «ивент» // Экономика и социум. 2016. № 6 (25). Часть 3. С. 62–67.

Кольченко М. О. Профессиональный спорт – как шоу-бизнес: к вопросу использования event-менеджмента // Новый университет. Серия: Экономика и право. 2014. № 3 (37). С. 89–92.

Сундарева А. А. Предпосылки и направления развития event-менеджмента в России // Экономика и социум. 2017. № 1–2 (32). С. 1822–1827.

Углова В. А., Шиндряева И. В. Критерии оценки качества проведения мероприятия в рамках event-менеджмента // Вестник магистратуры. 2016. № 9 (60). С. 108–111.