

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА МЕНЕДЖЕРОВ ДЛЯ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ EVENT-ИНДУСТРИИ

Статья затрагивает проблемы обучения менеджеров событий и мероприятий, или event-менеджеров. Показано, что уровень профессиональной компетентности специалистов для event-индустрии не отвечает современным инновационным тенденциям и рыночному спросу, поэтому в данной сфере необходимы существенные трансформации

Предпосылки появления event-индустрии как особого направления MICE-отрасли сформировались в период, когда люди стали собираться для совместных обсуждений, праздников, ритуалов. Человечество на протяжении всей истории сопровождало различные церемонии и события. С формальной точки зрения индустрия родилась в 1800-х годах, когда началась продажа билетов на профессиональные спортивные мероприятия, и позднее постепенно трансформировалась в комплексное явление, куда включались не только зрелищные, но и научные, образовательные и культурные мероприятия. Считается, что профессия event-менеджера сформировалась в 1950-х годах, а началось всё с открытия в 1955 году Диснейленда [1].

Event-менеджмент представляет собой деятельность по планированию, организации, проведению и контролю различных мероприятий. Он включает в себя последовательные шаги, которые осуществляются при проектировании и реализации событийного процесса. Специалист, работающий в сфере event-менеджмента, начинает свою работу с выяснения потребностей клиента: его идей по поводу мероприятия, целей и желаемых результатов. В зависимости от поставленных целей выстраивается логистика всего мероприятия. В соответствии с выбранными на этапе планирования критериями контролируется достигнутый результат, поэтому одним из приоритетных вопросов, которые следует решить на уровне проектирования события, является определение системы качества выставки или конгресса [2].

События – значительный сектор маркетинговых коммуникаций, осуществляемых с помощью организации различных мероприятий. Спектр предоставляемых возможностей

event-менеджмента достаточно широк: от общения сотрудникам, клиентам и контрагентам простой, но необходимой информации до эффективной презентации бренда либо какой-то продукции. Масштабы влияния могут быть также различными: в пределах одной фирмы, нескольких компаний – либо распространяться на огромные общественные массы.

Рынок услуг в сфере event-мероприятий делится на два сегмента: развлекательный и деловой. К первому относятся корпоративные праздники и тимбилдинговые мероприятия, ко второму – бизнес-семинары, форумы и конференции. Для России деловые event мероприятия – явление относительно новое, но востребованное. По оценкам экспертов, объем рынка event-индустрии около \$ 1,6 млрд., причем львиная доля приходится именно на деловой сегмент [3].

Высокая эффективность event-менеджмента достигается не только с помощью креативных технологий, которые занимают важное место в ряду широко используемых механизмов организации и проведения событий, но и при помощи широкой базы профессиональных знаний и апробированных управленческих техник. Только в этом случае организованное мероприятие будет иметь необходимый результат, а поставленные цели и задачи окажутся достигнутыми. При этом необходимо понимать, что event-менеджеры в качестве профессионалов особой междисциплинарной области должны обладать определенными знаниями, умениями и навыками для осуществления своей успешной деятельности.

Появление профессии event-менеджера в России связано с развитием индустрии развлечений и профессиональных мероприятий. О востребованности деловых мероприятий,

росте интереса к ним представителей государственных структур, руководителей компаний и предпринимателей свидетельствует сам факт быстрого роста их числа. Все больше и больше представителей российских компаний и организаций убеждается в невероятной результативности подобных мероприятий. Деловое обсуждение конкретных вопросов промышленности, производства, науки привлекает внимание широкого круга ответственности к проблемам государств, регионов, отраслей. Деловые event-мероприятия способствуют не только продвижению товаров, увеличению прямых поставок, но и изучению конъюнктуры рынка, интенсификации деловых контактов. На сегодняшний день проводимые в России мероприятия охватывают все наиболее важные отрасли экономики: энергетику, сельское хозяйство, нефтегазовый комплекс, машиностроение, медицину и здравоохранение, IT-технологии, лесопромышленный комплекс, туризм [4].

До недавнего времени единого унифицированного стандарта по подготовке и проведению мероприятий, описывающего процедуры реализации стратегических факторов успеха, который мог бы использоваться российскими организаторами конгрессов и конференций, не существовало. Отечественные игроки event-индустрии изучали деятельность своих конкурентов и коллег на внутреннем и внешнем рынках, стараясь перенимать лучшие бизнес-практики.

Международная организация по стандартизации (ISO) 12 июня 2012 года опубликовала новый стандарт ISO 20121:2012 для поддержки организаторов мероприятий всех видов – спортивных, деловых, культурных, политических – для интеграции устойчивости бизнеса в их деятельность [5]. Данный стандарт требований и руководство по их применению предназначены для обеспечения положительного результата мероприятия, начиная с местных празднований и заканчивая грандиозными событиями. Стандарт относится ко всем членам цепи поставок индустрии мероприятий, включая их организаторов, организаторов, монтажников стендов, представителей поставщиков выездного питания и поставщиков логистических услуг.

Конференции, концерты, спортивные мероприятия, выставки и фестивали могут предложить широкий спектр выгод для публики и экономических выгод для местного сообщества. Однако проведение мероприятия

также может привести к негативным экономическим, экологическим и социальным последствиям, таким как отходы, повышенное потребление энергии и нагрузка на местное население [6]. ISO 20121 является базой для определения потенциально негативных социальных, экономических и экологических воздействий от мероприятий, для устранения или уменьшения их стоимости путем совершенствования планирования и организации процессов.

Основными преимуществами стандарта являются:

- лучшая деловая практика – реализация процессного подхода к управлению;
- репутационное преимущество – использование признанного международного механизма позволит лидерам в сфере устойчивости бизнеса продемонстрировать надежность и прозрачность своих действий.

Практическая реализация нового стандарта ISO 20121 упрощена тем, что он основан на ряде известных и проверенных стандартов системы управления, таких как ISO 9001 (менеджмент качества) и ISO 14001 (экологический менеджмент).

Крупные мероприятия оказывают большое воздействие на сообщества, а в некоторых случаях и на целые страны. В современном мире проходят события разных масштабов – от Олимпийских Игр до корпоративных завтраков для десятка деловых людей. Успех event-а зависит от многих стратегических факторов, определяющих его качественное проведение.

Реализация стандарта ISO 20121, разработанного на основе известных и проверенных стандартов системы управления, обеспечит преимущества на всех этапах подготовки и проведения конгресса, конференции, выставки всем сторонам, в том числе:

- организаторам (заказчикам, специализированным агентствам),
- участникам (экспонентам, представителям власти, докладчикам),
- посетителям,
- регулирующим органам (санитарно-эпидемиологический надзор, пожарная безопасность, налоговые органы и др.),
- обществу в целом.

Сегодня устойчивое развитие становится все более важным фактором для индустрии мероприятий. Большим преимуществом стандарта является то, что он применим к любой организации или частному лицу (будь то кли-

енты, поставщики или менеджеры мероприятий), имеющим дело со всеми типами мероприятий (выставки, спортивные соревнования, концерты и т.д.). Использование данного стандарта на практике соответствует специфическим потребностям и природе того или иного сектора событий, гарантирует инновационный и гибкий подход, направленный на получение результатов.

Создание событий, которые привлекут внимание целевой аудитории и надолго запомнятся участникам, требует не только значительных финансовых и временных ресурсов, но и профессионализма организаторов. Неэффективно организованное мероприятие не только не решит поставленную задачу, но и может нанести ущерб репутации компании, разрушить восприятие бренда, что приведет к финансовым потерям. Необходимо контролировать весь процесс организации – от разработки общей идеи, планирования проекта до этапа подведения итогов. Поэтому событийный маркетинг требует привлечения высококлассных специалистов, которые обладают следующими профессиональными компетенциями:

- профессионально ориентируются на рынке маркетинговых и event-услуг;
- способны найти подрядчиков для выполнения всего комплекса задач;
- могут поставить цели, качественно составить техническое задание, подготовить план работы и бюджет проекта;
- умеют контролировать процесс подготовки и проведения мероприятий.

К кандидату на должность event-менеджера выдвигаются следующие требования: опыт работы в сфере организации мероприятий – не менее двух лет; отличные презентационные навыки; развитые коммуникативные способности; знание проектного менеджмента и опыт управления проектами; знание рынка event-услуг (в том числе технического оснащения и исполнения, новинок в данной сфере); «многозадачность» – умение работать над несколькими проектами одновременно; умение грамотно вести отчетность и бюджетирование проекта; опыт координации работы участников проекта; умение правильно ставить цели и задачи, описывать их в технических заданиях; умение работать в команде и самостоятельно (в том числе в режиме ограниченного времени, в условиях стресса); умение работать с людьми: гибкость в общении, требовательность, тактичность; умение

быстро реагировать и находить решения в нестандартных ситуациях; высокая степень самоорганизации; креативное мышление, творческий подход к делу [7].

На сегодняшний день в России нет ни одного высшего учебного заведения, где бы готовили специалистов, отвечающих требованиям стремительно развивающейся индустрии мероприятий. В основном подготовка специалистов осуществляется за счет нескольких специализированных обучающих школ. Дополнительно к этому обучение на внутреннем рынке проводится в рамках семинаров и тренингов, организованных профессиональными агентствами.

Как показывает практика, event-менеджерами становятся люди, до этого профессионально занимавшиеся качественно другой деятельностью. Например, значительных успехов в этой области добиваются бывшие учителя. 18% сотрудников имеют педагогическое или психологическое образование, 14% являются представителями творческих профессий, около 15% приходится на другие гуманитарные специальности, инженеры и IT-специалисты в сумме составляют около 13%. Оставшиеся 6% приходятся на финансистов, юристов и представителей других профессий [8].

Таким образом, существующей инфраструктуры недостаточно для обеспечения отрасли необходимым количеством специалистов, имеющих профессиональную подготовку. Event-менеджмент в России проходит период становления в качестве самостоятельной индустрии. В стране только появляются специализированные курсы, растет количество сертифицированных в Европе и США специалистов, создаются профильные ассоциации, увеличивается количество игроков рынка. Ежегодно растет спрос на профессиональных event-менеджеров, в чьи обязанности входят планирование, организация и проведение выставок, конференций, корпоративных праздников, разработка концепций и программ, формирование и контроль исполнения бюджета и изучение эффективности проведенного мероприятия. Менеджер по организации мероприятий должен обладать навыками project-менеджера. Каждое мероприятие – это отдельный проект, который необходимо развивать с нуля. Производство в event-бизнесе – это рождение идеи, ее бережное поддержание и генерирование до творческой концепции, использование отлаженных

технологий менеджмента на этапах воплощения идеи в реальный проект [9].

Сегодня ситуация с подготовкой специалистов для event-индустрии не отвечает требованиям и основным тенденциям ее развития. В случае ориентации event-рынка на инновационную модель развития [10] России потребуются профессионалы, не только способные создавать жизнеспособные идеи, но и умеющие внедрить их на материале отечественных событийных комплексов. Отраслевой маркетинг в данном случае требует привле-

чения высококлассных специалистов междисциплинарных знаний или коллектива профессионалов с результативными горизонтальными коммуникационными взаимосвязями.

Таким образом, подготовка профессионалов с актуальными междисциплинарными компетенциями становится ключевым фактором эффективности в деятельности по созданию сегмента крупных международных мероприятий, проводимых отечественными компаниями в России.

Л и т е р а т у р а

1. EventForum : российский отраслевой портал работников индустрии праздников и специальных событий : [официальный Интернет-сайт]. – URL: <http://www.event-forum.ru> (дата обращения 25.02.2013).
2. *Apevalova Z., Kozlova D., Pasholikhov M., Titova D.* Problems of the Criteria Quality's Estimations Establishment of the Exhibition Action's Organisation // Proceedings of the 11th International Symposium on Quality "Quality competitiveness and sustainability", Sv. Martin na Muri, Croatia, March, 18th – 19th, 2010 / Ed.: Mr. Sc. Miroslav Drljaca. - Zagreb: INTER-ING, d.o.o., 2010. – P. 415–426.
3. *Алексеева О. В.* Событийный туризм и ивент-менеджмент // Российское предпринимательство. – 2011. – № 6-2. – С. 167–172.
4. Event-менеджер : обзоры зарплат / Исслед. центр портала Superjob.ru // Superjob.ru : [сайт]. – 17 января 2011 г. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.superjob.ru/research/articles/1699/event-menedzher> (дата обращения 20.01.2013).
5. Новый стандарт ISO 20121 на экологически устойчивое управление мероприятиями // ISO : Международная организация по стандартизации : [офиц. сайт]. - URL: <http://www.iso.org/iso/ru/news.htm?refid=Ref1598> (дата обращения 25.01.2013).
6. *Апевалова З. В.* Межкультурные экологические конгресс-мероприятия: специфика организации и проведения // Экономика, социология, право: новые вызовы и перспективы : материалы международ. науч.-практич. конф. 20-24 сентября 2010 г. – М., 2010. – С. 111–115.
7. Российский союз выставок и ярмарок : [официальный Интернет-сайт]. – URL: <http://www.uefexpo.ru/> (дата обращения 20.02.2013).
8. Event-менеджер : [статья] // Центра тестирования и развития «Гуманитарные технологи» : [сайт]. – URL: <http://www.prof-konsultant.ru/professii/reklama-pr/107-event> (дата обращения 23.02.2013).
9. Как реализовать себя в event-сфере : [статья] // Career.ru : [портал трудоустройства для молодых специалистов]. – URL: <http://career.ru/article/13186> (дата обращения 20.01.2013).
10. *Громова Л. А., Апевалова З. В.* Экоинновационный менеджмент конгрессно-выставочных мероприятий : основные этические модели // Этносоциум и межнациональная культура. – 2012. – № 4. – С. 117–122.