

Тенденции развития рынка событийного менеджмента

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

Лаптинова Полина Алексеевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: laptinovaolina6@gmail.com

За последние несколько лет ивент-агентства в России перестали быть просто исполнителями мероприятий и превратились в комплексные коммуникативные платформы. Сегодня они формируют не только событийную повестку, но и стратегическую архитектуру взаимодействия между брендами и аудиторией, что делает их интересным объектом для изучения с точки зрения управления бизнес-моделями и адаптации к цифровой среде.

Современные агентства стали площадкой для применения инструментов стратегического анализа, гибкого менеджмента и технологических интеграций. Это позволяет рассматривать их не просто как подрядчиков по организации «площадки и кейтеринга», а как полноценных разработчиков интегрированных систем, где ключевым ресурсом выступает уникальная комбинация креативных компетенций и цифровых решений.

Важной особенностью трансформации рынка является переход от разовых событий к созданию устойчивых экосистем, где мероприятие становится лишь точкой контакта с аудиторией. Показательным примером является изменение ценностного предложения лидеров отрасли, которые, адаптируя инструменты стратегического анализа (включая шаблоны Остервальдера и Пинье), начинают выстраивать бизнес вокруг долгосрочного вовлечения и построения комьюнити, а не сиюминутного результата.

Масштабность этого сдвига подтверждается интеграцией цифровых технологий, размывающих границы физического и онлайн-пространства. Так, если классический менеджмент ориентирован на стабильность, то в креативных индустриях ключевым требованием становится гибкость. Это демонстрирует влияние агентств не только на культурную, но и на экономическую сферу, трансформируя структуру издержек и клиентских отношений.

Дополнительный интерес представляет переход к гибридным форматам и омниканальности в событийных коммуникациях. На смену стандартизированным услугам приходят платформенные решения, где результат труда (впечатление) сложно поддается стандартизации, что сближает управление событиями агентствами с подходами сервисного менеджмента и требует баланса между технологичностью и человекоцентричностью.

Существенным аспектом является переосмысление структуры бизнес-модели: от ключевых ресурсов и партнеров до каналов сбыта. Онлайн-трансляции и цифровые интеграции привлекают многомиллионную аудиторию, а построение лояльных сообществ меняет логику продаж, что позволяет анализировать деятельность агентств как эффективный инструмент массовых коммуникаций, требующий измеримых результатов в виде вовлеченности.

Актуальность исследования обусловлена ростом интереса к адаптации ивент-агентств в условиях, когда классических подходов становится недостаточно. Это способствует развитию методологической базы на стыке проектного менеджмента, теории креативных индустрий и событийного маркетинга.

При этом трансформация агентств связана с рядом сложностей: высокими репутационными рисками, необходимостью учитывать ожидания различных аудиторных сегментов и

выстраивать многоканальные коммуникации с партнерами и технологическими платформами. Это делает анализ организационных процессов и адаптацию инструментов стратегического анализа к реалиям проектной деятельности особенно значимыми.

Изучение практики трансформации бизнес-моделей ведущих игроков позволяет выявить эффективные модели управления, коммуникационные стратегии и инструменты продвижения, характерные для успешных компаний в современной медиасреде, где успешная бизнес-модель строится на балансе платформенных решений и уникальности создаваемого опыта.

Источники и литература

- 1) Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент. - 7-е изд. - М.: Магистр, 2025. - 672 с.
- 2) Горбашко Е.А. Управление проектами: учебник для вузов. - М.: Юрайт, 2025. - 359 с.
- 3) Жбанков Д. Е. Перспективы и тенденции развития событийного маркетинга для российского рынка event услуг // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2021. – № 2. – С. 161-163 - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-i-tendentsii-razvitiya-sobytiynogo-marketinga-dlya-rossiyskogo-rynka-event-uslug/viewer> (дата обращения: 20.12.25).
- 4) Кузнецов Ю.В. Менеджмент: учебник для среднего профессионального образования. - 2-е изд. перераб. и доп. - М.: Юрайт, 2025. - 359 с.
- 5) Остервальдер А., Пинье И. Построение бизнес-моделей. Настольная книга стратега и новатора. - М.: Альпина Паблишер, 2020. - 288 с.
- 6) Румянцев Д., Франкель Н. Event-маркетинг. Все об организации и продвижении событий. - СПб: Питер, 2019. - 320 с.
- 7) Федоров В.М., Саньков М.А. Основы менеджмента. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2024. - 297 с.
- 8) Фомичев А.Н. Управление проектами: Учебник для вузов. - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2023. - 257 с.
- 9) Шевченко Д.А. Креативные решения в маркетинге: event-маркетинг // Практический маркетинг. — 2020. — № 2. — С. 32-35.- URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnye-resheniya-v-marketinge-event-marketing/viewer> (дата обращения: 25.12.2025)
- 10) Вербицкая В. Тренды event-маркетинга в 2024 году: ключевые направления развития и инновации [Электронный ресурс] // amSales. — 2024. — URL: <https://amsales.ru/journal/event-marketing> (дата обращения: 27.12.2025).
- 11) Ивент-тренды 2024: главное для организаторов [Электронный ресурс] // Event.Rocks. — 2024. — URL: <https://blog.eventrocks.ru/event-trends2024/> (дата обращения: 10.01.2026).
- 12) Berbegal-Mirabent J. The impact of mission statement content on the performance of universities in the event industry // Journal of Business Research. — 2021. — Vol. 134. — P. 558-569.
- 13) Taeuscher K. Business model innovation in the event industry: a mixed-methods analysis of trends and drivers // International Journal of Contemporary Hospitality Management. — 2023. — Vol. 35, No. 1. — P. 123-144.
- 14) Event Trends 2024: A Guide to the Future of Event Planning [Электронный ресурс] // Eventify. — 2024. — URL: <https://eventify.io/blog/event-trends> (дата обращения: 20.12.2025).