УДК 316.452

МЕХАНИЗМЫ ФОРМИРОВАНИЯ НОВОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ГРУППЫ ИВЕНТ-МЕНЕДЖЕРОВ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Старцева Наталья Николаевна,
Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Уральский институт-филиал, аспирант,
г. Екатеринбург, Россия.
E-mail: arkara3@mail.ru

Аннотация
Используя типологию механизмов, посредством которых происходят институциональные изменения, мы попытались выяснить, какой механизм – «принудительный», «подражательный» или «нормативный» – преобладал в процессе формирования ивент-деятельности и группы ивент-менеджеров в современной России.

Ключевые понятия:
ивент-деятельность, ивент-менеджеры, «принудительный» механизм, «подражательный» механизм, «нормативный» механизм.

Институциональные изменения, произошедшие в России в конце XX века, способствовали появлению новых видов деятельности и профессиональных групп. В этот период формируется и объект нашего интереса – ивент-менеджеры.

На основе проведённых ранее исследований, посвящённых изучению рынка ивент-услуг в современной России* и профессиональной культуры ивент-специалистов**, автор приходит к следующему определению группы ивент-менеджеров.

Ивент-менеджеры – специалисты, владеющие технологиями планирования, организации, управления и контроля событий различных типов (корпоративные, частные, деловые мероприятия; маркетинговые, праздничные, специальные события и мн. др.).

В данном случае под ивент-деятельностью автор статьи понимает особый вид профессиональной деятельности – ивент-менеджмент, который представляет собой «все планируемые, организуемые, контролируемые и управляемые меры, необходимые для проведения исключительного, единственного в своём роде ивента» [2, с. 37].

Используя типологию механизмов, посредством которых происходят институциональные изменения, предложенную П. Димаджио и У.В. Пауэллом, мы попытаемся выяснить, какой механизм – «принудительный», «подражательный» или «нормативный» [1] – преобладал в процессе формирования ивент-деятельности и группы ивент-менеджеров в России.

Под «подражательным» механизмом в данном случае следует понимать реакцию агентов формирующегося поля ивент-деятельности на неопределённость процессов, происходящих в социальном пространстве, которая выражается в копировании наиболее успешных образцов практик других агентов того же поля.

«Нормативный» механизм связан с профессионализацией ивент-деятельности, с выработкой агентами ивент-поля профессиональных правил, норм, транслируемых на всё профессиональное сообщество либо через развитую систему профессионального ивент-образования, либо через профессиональные ивент-ассоциации.

*Исследование «Рынок ивент-услуг в современной России» (ноябрь 2009 – февраль 2010 года) проведено автором статьи с помощью методов полуформализованного интервью и несинхронного онлайн-интервью; объектами исследования выступили специалисты в области ивент-услуг России.

**Исследование по теме «Профессиональная культура ивент-специалистов» (февраль–апрель 2011 года) проведено автором статьи с помощью методов полуформализованного интервью и несинхронного онлайн-интервью; объектами исследования выступили ивент-менеджеры и руководители ивент-фирм России.

«Принудительный» механизм чаще всего «выступает как результат формального или неформального давления, оказываемого одними организациями на другие, от которых они зависят» [1, с. 40]. Зачастую «принудительный» механизм воспринимается как реакция агентов ивент-поля на предписания государства за соблюдением установленных правил и норм функционирования в поле профессиональной и коммерческой деятельности.

С июля по сентябрь 2013 года автором статьи было проведено исследование. Методом глубинного интервью (личное или опосредованное через скайп) на основе разработанного гайда было опрошено 18 руководителей и 8 ивент-менеджеров России. Отбор респондентов осуществлялся стихийно (стихийная выборка), методом «снежного кома», когда предыдущий информант рекомендовал последующего, и, несмотря на то, что при таком отборе возможны перекосы, для качественного исследования они допустимы (особенно учитывая, что параметры профессиональной группы ивент-менеджеров статистически не определены). Условием достаточности количества опрашиваемых стал факт повторения информации, получаемой от респондентов. Анализ некоторых материалов исследования осуществлялся при помощи пакетов программ статистической обработки SPSS, версия 17.0.

Поскольку ивент-деятельность и профессиональная группа ивент-менеджеров в России формировалась в условиях неопределённости (не было чёткого понимания организационных технологий, целей), то подражательное поведение агентов ивент-поля с точки зрения экономии ресурсов являлось наиболее удобным и оправданным. В связи с этим мы полагали, что роль «подражательного» механизма в процессе профессионализации ивент-деятельности и в формировании группы ивент-менеджеров будет оценена респондентами достаточно высоко.

В то же время мы считали, что в силу развития коммуникации между агентами поля ивент-деятельности, становления профессионального ивент-образования и возникновения ивент-ассоциаций, то есть процесса профессионализации ивент-деятельности, постепенно роль «нормативного» механизма должна будет возрасти, и это скажется на оценках руководителей ивент-компаний и ивент-менеджеров.

Также было выдвинуто предположение, что поскольку государство изначально не принимало активного участия в институционализации нового вида деятельности и формировании профессиональной группы ивент-менеджеров, то «принудительный» механизм сыграл незначительную роль в процессе формирования ивента в России.

Для проверки данных гипотез мы предложили участникам исследования оценить степень влияния каждого из представленных механизмов, распределив 100% между ними. Таким образом, «подражательному» механизму респонденты отдали 62%, «нормативному» – 30%, «принудительному» – 8%.

Итак, анализ мнений респондентов показал, что большинство и экспертов, и ивенторов «профессионалов» выделяют действие «подражательного» механизма в процессе формирования ивент-деятельности, группы ивент-менеджеров и в целом рынка ивент-услуг в России.

Один из экспертов отмечает: *«Первые агентства в России открылись в 1991 году, все они работали в «подражательном» формате, так как консультантами являлись представители из США или Европы, либо основатели первых ивент-агентств прошли различные профессиональные практики за границей»* (м., исполнительный директор НАОМ, стаж работы в ивент-сфере более 10 лет, г. Москва).

При этом в ходе исследования нам удалось выявить, что на выбор ивенторами объекта подражания влияют такие факторы, как территориальное расположение ивент-агентства и его величина (крупное, среднее, малое).

Эксперты отмечают: *«Подражательный механизм в большей степени сработал. При этом на Запад смотрела Москва, а регионы смотрели на Москву»* (ж., руководитель, стаж работы в ивент-сфере более 30 лет, г. Екатеринбург); *«Лидеры ивент-рынка, такие как Князев, Шумович, Чудилова, они привозят что-то новое из-за рубежа, а мы у них перенимаем и адаптируем, воспринимаем как некий эталон и к нему стремимся»* (ж., руководитель, стаж работы в ивент-сфере 7 лет, г. Екатеринбург). *«Я постоянно отслеживаю успешные компании, чтобы понимать, что у них происходит, какую политику они ведут, в каких базах данных они есть. Когда ты смотришь, что какая-то компания в этом преуспела, тебе хочется считывать её опыт и самой развиваться»* (ж., руководитель, стаж работы в ивент-сфере 4 года, г. Екатеринбург).

Также эксперты сообщают о причинах доминирования подражательного механизма в процессе развития ивент-деятельности в России. Они говорят о наличии у западных коллег готовых, отработанных

технологий организации событий: *«Организация ивент-деятельности подразумевала влияние Запада, потому что учились у западных коллег, потому что по техническому оснащению, нормам ориентировались исключительно на западных коллег… технологии брали оттуда»* (м., руководитель, стаж работы в ивент-сфере 8 лет, г. Екатеринбург). *«То, что мне четыре года назад говорил Серёжа Князев и Москва, сегодня мне говорит город Екатеринбург. А до этого группа ребят в Нью-Йорке сделала мероприятие… Конечно, это всё под российскую действительность адаптировано, но технологии, механизмы – они скопированы»* (ж., руководитель, стаж работы в ивент-сфере 7 лет, г. Екатеринбург).

Другие участники интервью причиной доминирования «подражательного» механизма называют стремление организаторов событий к новизне и нежелание придумывать что-то самим: *«Постепенно все устали от стандартного взгляда на это [организацию событий] и стали искать что-то новое. А откуда брать что-то новое? Придумывать никто не стал, все посмотрели, что происходит на Западе, в Америке, и начали делать то же самое»* (ж., руководитель, стаж работы в ивент-сфере 4 года, г. Чебоксары).

Третьи видят причину действия «подражательного» механизма в установке «иностранное – лучше нашего», которая определяет действия как производителя, так и потребителя ивент-услуг. *«Мы привыкли во всём равняться на Запад и считать, что там лучше» (ж., руководитель, стаж работы в ивент-сфере 4 года, г. Чебоксары); «Всё идет с Запада, но пока ещё наша, российская система в ивент-индустрии не так идеальна и структурирована, как там»* (ж., ивент-менеджер, стаж работы в ивент-сфере 4 года, г. Санкт Петербург).

Четвёртые ищут причину в объективном процессе развития российского рынка организации событий, указывая на то, что был некий «непрофессиональный» этап, а сейчас в России формируется «профессиональный» ивент-рынок: *«Мы все ориентируемся на Запад. Наш ивент-рынок совсем юный, вернее не юный… мы пытаемся отойти от массовиков затейников и перейти к организаторам и ивент-менеджерам»* (ж., руководитель, стаж работы в ивент-сфере 7 лет, г. Санкт-Петербург).

Пятые объясняют подражание в целом взаимопроникновением и смешением культур (усвоение моделей поведения, норм, ценностей представителей другой культуры): *«Опять же все фильмы, связанные с ивентами, американские, они же тоже любимы, они просматриваемы и накладывают огромный отпечаток… Америка и та же Европа начинают и у нас копировать. Как говорится, кто-то задал скорость, и это были они, а уже потом все подхватили, и начался взаимообмен»* (ж., руководитель, стаж работы в ивент-сфере 7 лет, г. Екатеринбург).

Несмотря на преобладающее мнение среди экспертов о доминировании «подражательного» механизма, была высказана и другая позиция. Так, интересно мнение эксперта, который отмечает большую значимость «нормативного» механизма: *«Я бы выделила нормативный механизм. Сформировалась потребность, поэтому появились организаторы событий, которые договорились о правилах и нормах, своих действиях на рынке, и ивент-рынок стал развиваться»* (ж., руководитель, стаж работы в ивент-сфере 5 лет, г. Новосибирск). Другой эксперт понятие «нормативный механизм» употребляет в негативном ключе, как действие «негласного» договора между ивент-агентствами о нормах, правилах и моделях поведения в своём рыночном сегменте; так, руководитель ивент-агентства отмечает: *«Работает нормативный механизм. У нас есть компании, которые договорились о том, что предлагают «пакет» услуг, стандартный набор на событие, всё по шаблону, и цены у них одни, и предложение одно, и к клиенту они одинаково подходят»* (ж., руководитель, стаж работы в ивент-сфере 8 лет, г. Прага, г. Екатеринбург).

Мы предполагали, что если ивенторы не будут осмысленно выделять «нормативный» механизм как значимый в процессе оформления ивент-деятельности в России, то будет интересно посмотреть, готовы ли они участвовать в создании и распространении правил и норм в профессиональном сообществе, готовы ли они активизировать «нормативный» механизм и процесс профессионализации ивента и обособления ивент-менеджеров от других профессиональных групп.

Опираясь на мнения участников интервью можно сказать, что данная гипотеза получила своё подтверждение.

Руководители ивент-компаний зачастую готовы через развитие ивент-образования, через налаживание процесса коммуникации с коллегами участвовать в формировании нормативной основы для ивент-деятельности и профессиональной группы ивент-менеджеров в России .

Так, 10 из 18 руководителей ивент-компаний являются авторами и действующими тренерами или преподавателями курсов по ивент-менеджменту. Эксперты отмечают: *«У меня есть несколько курсов для подготовки организаторов мероприятия, я очень интенсивно занимаюсь образовательной деятельностью»* (ж., руководитель, стаж работы в ивент-сфере 5 лет, г. Новосибирск); *«Преподавательская деятельность для меня больше хобби… Я читала курс по ивент-менеджменту в МГУКИ, в «Специалисте» читала, был опыт работы со Школой Сергея Князева»* (ж., руководитель, стаж работы в ивент-сфере более 15 лет, г. Москва); *«Я сделал образовательный тур-2013, где в течение всего 2013 года буду посещать страны России и СНГ»* (м., руководитель, стаж работы в ивент-сфере 12 лет, г. Москва).

Необходимо отметить, что 12 руководителей ивент-компаний, принявших участие в нашем исследовании, проявляют активность в процессе построения эффективных моделей общения с коллегами и партнёрами. Эксперты отмечают, что являются инициаторами и организаторами встреч с наиболее успешными игроками ивент-рынка России в своих городах: *«Я организовывала мастер-класс С. Князева у нас, достаточно интересный был для екатеринбургских организаторов опыт»* (ж., руководитель, стаж работы в ивент-сфере более 25 лет, г. Екатеринбург); *«В этом году мне удалось пригласить к нам Дарию Бикбаеву и Лосло Габани»* (ж., руководитель, стаж работы в ивент-сфере 8 лет, г. Прага, г. Екатеринбург). Руководители ивент-компаний говорят, что сами активно занимаются распространением профессионального опыта, организуя коммуникацию между партнёрами по бизнесу и потенциальными клиентами: *«В 2013 году мы интенсивно участвовали в организации и проведении выставки «Wedding Show Urals» в Екатеринбурге, там же я проводила свой мастер-класс, посвящённый свадьбам в Чехии»* (ж., руководитель, стаж работы в ивент-сфере 8 лет, г. Прага, г. Екатеринбург); *«В своё время я очень сильно разрабатывала направление аниматоров… проводила в Москве несколько фестивалей анимационных команд…»* (ж., руководитель, стаж работы в ивент-сфере более 15 лет, г. Москва). Один из руководителей ивент-компании рассказал о личном опыте создания нового канала коммуникации между игроками свадебного рынка Перми: *«Первое, с чего мы начали, был свадебный сайт, он называется «Love-Гид» и в Перми достаточно популярен, – это уникальный контент. Мы сделали «Свадебный гид» как рекламно-информационный форум, который может облегчить жизнь молодожёнам и ивент-менеджерам»* (ж., руководитель, стаж работы в ивент-сфере 4 года, г. Пермь).

Исследование показало: несмотря на наличие факторов, сдерживающих процесс действия «нормативного» механизма, можно заключить, что процесс формирования правил, норм и стандартов профессиональных практик идёт, и главную роль на сегодня в нём играют руководители ивент-агентств, «ориентированные» на профессионализацию ивент-деятельности и оформление ивент-менеджеров в особую профессиональную группу.

Что касается действия «принудительного» механизма, то позиция руководителей ивент-компаний и ивент-менеджеров достаточно однозначна.

Большинство участников интервью отмечают, что, несмотря на попытки государства влиять на рынок ивент-услуг через введение тендерных процедур и изменения в налоговом законодательстве, особого воздействия на процесс развития ивент-деятельности и формирования группы ивент-менеджеров оно не оказывает.

Как полагает один из участников исследования: *«Насколько я знаю, особых норм и правил, созданных государством, ещё никаких нет, поэтому «принудительный» »механизм вообще у нас не работает»* (ж., ивент-менеджер, стаж работы в ивент-сфере 3 года, г. Нижний Новгород). Один из экспертов резюмирует: *«Со стороны государства больше ужесточений относительно ивент-рынка нежели отношений в сторону образовательной деятельности ивент-менеджера»* (м., руководитель, стаж работы в ивент-сфере 8 лет, г. Екатеринбург).

Причины непопулярности «принудительного» механизма ивенторы связывают, во-первых, с ментальной установкой на отрицание внешнего воздействия, принуждения: *«В силу каких-то традиций и нашего менталитета «принудительный» не сработает»* (ж., руководитель, стаж работы в ивент-сфере 4 года, г. Пермь); *«Принудительный» механизм у нас не будет работать… с нашим то отношением к работе и со стремлением обойти закон… это что-то невероятное!»* (ж., руководитель, стаж работы в ивент-сфере 4 года, г. Новосибирск).

Во-вторых, слабое влияние «принудительного» механизма обусловлено таким объективным фактом, как разная скорость, несовпадение интенсивности протекания

экономических и политических процессов: *«Я думаю, что в данной ситуации законодатели равняются конкретно на рынок, нежели рынок равняется на законодателей. Государство пока не успевает за развивающейся структурой ивента. У нас есть закон по котировкам, тендерные отношения сейчас более или менее развиваются, закон «О публичных мероприятиях» есть... и в принципе всё!»* (м., руководитель, стаж работы в ивент-сфере 8 лет, г. Екатеринбург); *«Какое отношение государство вообще может иметь к ивент-рынку? У нас государство далеко-далеко в отсталом состоянии по отношению к этому явлению как таковому. Сначала появилось явление, а потом государство прилепилось к нему, не более того»* (ж., руководитель, стаж работы в ивент-сфере более 25 лет, г. Екатеринбург). Другой эксперт отмечает: «Ассоциация постоянно ведёт диалог с властью... но *«принудительный» механизм пока не запущен»* (м., исполнительный директор НАОМ, стаж работы в ивент-сфере более 10 лет, г. Москва).

Таким образом, общий вывод может быть сведён к следующему: на процесс формирования ивент-деятельности и группы ивент-менеджеров в России большее влияние оказал «подражательный» механизм; «нормативный» механизм относительно «подражательного» сыграл меньшую роль, однако его влияние с ростом активности агентов, доминирующих в поле ивент-деятельности, будет возрастать; роль «принудительного» механизма была незначительной, однако, возможно в силу дальнейшего процесса профессионализации ивент-деятельности и формировании группы ивент-менеджеров, его значение повысится.

1. Димаджио, П.Дж. Новый взгляд на «железную клетку»: институциональный изоморфизм и коллективная рациональность в организационных полях [Текст] / П.Дж. Димаджио, У.В. Пауэлл // Экономическая социология. 2010. Т. 11. № 1. С. 35–53.

2. Хальцбаур, У. Event-менеджмент [Текст] / У. Хальцбаур, Э. Йеттингер, Б. Кнаусе, Р. Мозер, М. Целлер / пер. с нем. Т. Фоминой. М.: Эксмо, 2007. – 382 с.

References

1. Dimadzhio P.Dzh., Paujell U.V. Jekonomicheskaja sociologija, 2010, tom 11, no. 1, pp. 35–53 (in Russian).

2. Hal'cbaur U., Jettinger Je., Knause B., Mozer R., Celler M. Event-menedzhment [Event-management]. Moscow, Jeksmo, 2007, 382 p. (in Russian).

UDC 316.452

MECHANISMS OF FORMING A NEW PROFESSIONAL GROUP OF EVENT–MANAGERS IN MODERN RUSSIA

Startseva Natalia Nikolaevna,
Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration,
Ural Institute – Branch,
Post-graduate Student,
Yekaterinburg, Russia.
E-mail: arkara3@mail.ru

Annotation
Using the typology of mechanisms through which institutional changes take place, we tried to find out which mechanism: "forcing", "imitating" or "normative" dominated in the process of forming event-activity and a group of event-managers in modern Russia.

Key concepts:
Event-activity,
Event-managers,
"forcing" mechanism,
"imitating" mechanism,
"normative" mechanism.