

Н.Н Трофимова, А.С. Будагов

---

## ОСОБЕННОСТИ EVENT-МЕНЕДЖМЕНТА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

---

Показано, что технологический прорыв привел к глубоким изменениям в индустрии event-менеджмента. Сегодня встречи с партнерами и клиентами, конференции и презентации новых товаров все чаще планируются, организуются и управляются с использованием цифровых инструментов. Цифровые инструменты event-менеджмента становятся неотъемлемой частью стратегического управления событиями, учитывая их доказанную способность приносить существенные выгоды, такие как значительная экономия средств и времени, более высокая степень удовлетворенности посетителей. Повсеместная дигитализация приблизила нас к новому пониманию коммуникации в event-менеджменте.

*Ключевые слова:* цифровизация, цифровая трансформация, цифровые инструменты, потребители, предприятие, event-менеджмент, COVID-19.

N.N. Trofimova, A.S. Budagov

---

## FEATURES OF EVENT MANAGEMENT IN THE CONDITIONS OF DIGITALIZATION OF RUSSIAN ENTERPRISES

---

The article shows that a technological breakthrough has led to profound changes in the EVENT management industry. Today, meetings with partners and clients, conferences and presentations of new products are increasingly planned, organized and managed using digital tools. Digital EVENT management tools are becoming an integral part of strategic event management, given their proven ability to bring significant benefits. Such as significant savings in money and time, a higher degree of customer satisfaction. Ubiquitous digitalization has brought us closer to a new understanding of communication in EVENT management.

*Keywords:* digitalization, digital transformation, digital tools, consumers, enterprise, EVENT management, COVID-19.

Появление Интернета и особенно то, как он распространился с началом пандемии коронавируса COVID-19, изменили не только повседневную жизнь, но и деятельность всех предприятий, которые были вынуждены частично перевести свою деятельность в виртуальный мир. Кроме этого, быстрый рост новых технологий изменил потребительские привычки и способы коммуникации. В последние годы произошли существенные изменения в том, как происходит процесс сбыта и потребления благодаря цифровизации.

От появления электронных сообщений до развития Wi-Fi, Интернет стал инструментом, которым пользуются все. В эру эволюции цифровых технологий общество почти ежедневно переживает потрясения. Основы экономики и управления полностью поставлены под сомнение. Сегодня все компании должны иметь возможность постоянно адаптироваться, чтобы следовать новым мировым тенденциям [7; 8].

Итак, распространение Интернета и COVID-19 приводит ко множеству изменений во всех секторах экономики. Сфе-

**Трофимова Наталья Николаевна**

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента наукоемких технологий, Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения, Санкт-Петербург. Сфера научных интересов: экономика, менеджмент. Автор более 75 опубликованных научных работ.

Электронная почта: tnn04@mail.ru

**Будагов Артур Суменович**

доктор экономических наук, директор института технологий предпринимательства, Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения, Санкт-Петербург. Сфера научных интересов: экономика, менеджмент. Автор более 70 опубликованных научных работ.

Электронная почта: dean8@aanet.ru

ра различных событийных мероприятий (event-сфера) напрямую зависит от цифровизации. Когда мы говорим о цифровой трансформации, имеем в виду оцифровку всей деятельности компании. Другими словами, это процесс интеграции новых технологий на всех уровнях компании. Это означает использование различных технологий, таких как мобильность, большие данные или Интернет.

Имеется много способов интегрировать цифровую трансформацию в мероприятия event-менеджмента. Действительно, новые формы технологий привели к появлению более современных методов. Например, развитие электронных платежей. Вот почему интеграция цифровых технологий в мероприятия event-менеджмента неизбежна. Это может происходить в разных формах, будь то создание веб-сайта или отправка персонализированных писем с благодарностью. Цифровизация присутствует на всех этапах процесса управления работой предприятия [6].

В настоящее время при постоянной эволюции нашего общества мир развивается очень быстро. Важно перейти к цифровым технологиям не только из-за всех преимуществ, которые они приносят бизнесу, но

и из-за влияния, которое они окажут на поведение потребителей. Интегрируя цифровую трансформацию в мероприятия event-менеджмента, можно гораздо эффективнее привлечь посетителей или клиентов, потому что таким образом продукция предприятия становится ближе к потребителям [4].

Оцифровка мероприятий event-менеджмента должна рассматриваться на всех уровнях, чтобы участники чувствовали себя связанными с ней. Цель проста – сделать цифровую трансформацию сильной стороной бизнеса, создав виртуальную среду, известную участникам, но достаточно оригинальную, чтобы привлечь их внимание, тем самым повысив спрос и увеличив прибыль предприятия.

Основные этапы оцифровки event-менеджмента начались уже несколько лет назад. Прежде всего это была разработка сайтов, посвященных конкретным событиям (реклама и продвижение товаров, вывод на рынок инновационных разработок и др.). Затем появились платформы социальных сетей, и сообщества начали развиваться после создания специализированных интернет-страниц. Тенденция использования QR-кода также изменила восприятие цифрового event-менеджмента.

## Особенности event-менеджмента в условиях цифровизации российских предприятий

Кроме этого, в последнее время все чаще срабатывает использование хештегов. С помощью этих ключевых слов можно общаться в социальных сетях по определенной теме. Помимо того, что хештеги широко передаются потребителями для создания сообщества активных пользователей Интернета и продвижения event-мероприятия, использование хештегов позволяет обеспечить последующие действия предприятия по реализации продукции и таким образом собрать статистические данные об эффективности рекламной кампании.

Быстрый рост социальных сетей также был принят во внимание в процессе оцифровки event-менеджмента благодаря использованию историй в Facebook или Instagram, которые, помимо информирования о мероприятии, обеспечивают коммуникации с потребителями и помогают продвигать различные маркетинговые акции. Благодаря этому предприятия имеют возможность сохранять положительный имидж бренда даже в условиях удаленной работы при пандемии коронавируса COVID-19.

Таким образом, очевидно, что коммуникации с помощью цифровых технологий становятся важной частью цифровой трансформации event-менеджмента предприятия. Но быстрые изменения в данном секторе указывают на еще более взаимосвязанное будущее [2]. Существует множество инноваций, адаптированных к event-событиям, и цифровизация может быть выражена по-разному в рамках event-менеджмента.

Сегодня уже наблюдается развитие датчиков отпечатков пальцев, а скоро начнут активно распространяться считыватели радужной оболочки глаза. Вопрос безопасности во время проведения event-события очень важен, и этот тип контроля являет-

ся дополнительным средством усиления мер, уже принятых на месте. Точно так же с постоянно растущей популярностью камер с обзором в 360 градусов и популярностью гарнитур виртуальной реальности будет все более распространенным проведение 3D-семинаров во время event-мероприятий [5].

Кроме этого, уже сегодня многие компании создают виртуальные туры или просто презентации своей продукции в виртуальной реальности. Всем известно, насколько важен командный дух, например во время мероприятий по командообразованию, и нужно знать, как воспользоваться преимуществами цифровой трансформации, чтобы использовать все возможности, имеющиеся в распоряжении команды.

По тому же принципу будет намного проще представить прототипы или будущие продукты благодаря дополненной реальности. Для этого будет достаточно оснастить проектную команду планшетом или смартфоном, и можно будет представлять целевой аудитории все возможности бизнеса и новой продукции.

Наконец, благодаря цифровизации event-менеджмента статистику работы предприятия будет легче измерить. Например, можно изучить статистику передвижения участников event-события, проанализировать время, которое они провели на некоторых сайтах, или просто понаблюдать за тем, какой тип презентации они посетили.

Благодаря результатам этих наблюдений будет легче адаптировать event-менеджмент и предложить формат, который, вероятно, еще больше подойдет для достижения стратегических целей, чтобы более эффективно представить целевой аудитории все возможности предприятия.

Что касается искусственного интеллекта и связанных с ним цифровых техно-

логий, таких как технология смешанной реальности, то они, без сомнения, возглавляют цифровую трансформацию event-менеджмента. Эти инструменты позволяют организаторам создавать полностью персонализированную виртуальную бизнес-среду [3].

Приложения искусственного интеллекта могут быстро собирать контекстные и детализированные данные о предпочтениях и поведении клиентов, предоставлять им актуальную информацию в реальном времени, доставляя тщательно подобранный контент и предлагая возможности для обратной связи.

Помимо помощи в организации мероприятий, проводимых участниками, эти инструменты позволяют организаторам планировать будущие и более персонализированные мероприятия, облегчать исследования и вносить ценные сведения в управление потенциальными клиентами, если они используются вместе с надежными мерами безопасности данных.

Стоит отметить, что многие предприятия до сих пор скептически относятся к цифровым инновациям в event-менеджменте, но сегодня необходимость скорейшей адаптации к цифровой среде уже очевидна. При этом процесс оцифровки event-менеджмента должен быть плавным. Важно не торопиться и постепенно переходить к использованию новых технологий.

Необходимо понимать, что цифровая трансформация неизбежна, но если предприятие хочет не только сохранить, но и укрепить свои рыночные позиции, чтобы противостоять конкурентам, первоочередной задачей должно стать обучение сотрудников цифровым технологиям. Если коллектив будет хорошо подготовлен к цифровизации, то данный процесс пройдет с минимальным количеством проблем [1].

Кроме того, необходимо учесть потребности клиентов и уметь быстро реагировать на их запросы. Здесь первым шагом event-менеджмента может быть введение чата, который поможет менеджерам компании всегда оставаться на связи со своей целевой аудиторией и своевременно отвечать на возникающие вопросы.

Подводя итоги, можно сказать, что в процессе цифровизации event-менеджмента важно учитывать и цифровые платформы управления. Цифровая трансформация быстро распространяется, и сложно быть в курсе всех событий. Цифровые технологии изменили представление о современном деловом мероприятии (event-мероприятии). Повсеместное распространение смартфонов и мобильного Интернета позволяет проводить мероприятия, которые, несмотря на виртуальный контакт, кажутся персонализированными для каждого потребителя и в то же время позволяют собирать беспрецедентные объемы данных в режиме реального времени.

### Литература

1. Жбанков Д.Е. Прогноз основных тенденций рынка EVENT услуг в России на 2021 год // *Е-Scio*. 2021. № 2 (53). С. 712–717.
2. Зырянова И.И., Богачева Е.А. Корпоративная методология управления проектами // *Социально-экономический и гуманитарный журнал Красноярского ГАУ*. 2019. № 1 (11). С. 79–93.
3. Каннер Д.Д., Лысоченко А.А. Оценка состояния event-индустрии в России в современных экономических условиях // *Московский экономический журнал*. 2021. № 7. С. 388–395.

## Особенности event-менеджмента в условиях цифровизации российских предприятий

4. *Радыгина Е.Г.* Адаптация ИВЕНТ-организаций к коронакризисным ограничениям // МНИЖ. 2021. № 2-2(104). С. 75–79.
5. *Терехова С.В.* Состояние и перспективы развития сферы организации мероприятий в условиях пандемии // Новые импульсы развития: вопросы научных исследований. 2020. № 6-1. С. 194–196.
6. *Трофимова Н.Н.* Актуальные проблемы менеджмента предприятий реального сектора экономики в современных условиях // Современные проблемы цивилизации и устойчивого развития в информационном обществе: сб. мат-лов II Междунар. науч.-практ. конф. М., 2021. С. 199–204.
7. *Трофимова Н.Н.* Перспективы профессиональной подготовки высококвалифицированных специалистов на основе дистанционного обучения в цифровом формате // Инновации в образовании. 2020. № 6. С. 136–146.
8. *Хамокова Д.М.* EVENT-маркетинг как инструмент формирования лояльности потребителей // Скиф. 2021. № 5 (57). С. 529–534.

## References

1. *Zhbankov D.E.* (2021) Prognoz osnovny'x tendencij ry'nka EVENT uslug v Rossii na 2021 god [Forecast of the main trends of the EVENT services market in Russia for 2021]. *E-Scio*. No 2 (53). Pp. 712–717. (In Russian).
2. *Zy'ryanova I.I., Bogacheva E.A.* (2019) Korporativnaya metodologiya upravleniya proektami [Corporate methodology of project management]. *Socio-economic and Humanitarian Journal of Krasnoyarsk State University*. No 1 (11). Pp. 79–93. (In Russian).
3. *Kanner D.D., Ly'sochenko A.A.* (2021) Ocenka sostoyaniya event-industrii v rossii v sovremenny'x e'konomicheskix usloviyax [Assessment of the state of the event industry in Russia in modern economic conditions]. *Moscow Economic Journal*. No 7. Pp. 388–395. (In Russian).
4. *Rady'gina E.G.* (2021) Adaptaciya IVENT-organizacij k koronakrizisny'm ograniceniyam [Adaptation of EVENT organizations to the coronacrisis restrictions]. *International Research Journal*. No 2-2 (104). Pp. 75–79. (In Russian).
5. *Terexova S.V.* (2020) Sostoyanie i perspektivy` razvitiya sfery` organizacii meropriyatij v usloviyax pandemii [The state and prospects of development of the sphere of organization of events in the conditions of a pandemic]. *New impulses of development: issues of scientific research*. No 6-1. Pp. 194–196. (In Russian).
6. *Trofimova N.N.* (2021) Aktual`ny'e problemy` menedzhmenta predpriyatij real`nogo sektora e'konomiki v sovremenny'x usloviyax [Actual problems of management of enterprises of the real sector of the economy in modern conditions]. *Modern problems of civilization and sustainable development in the information society*. Moscow. Pp. 199–204. (In Russian).
7. *Trofimova N.N.* (2020) Perspektivy` professional`noj podgotovki vy`sokokvalificirovanny'x specialistov na osnove distancionnogo obucheniya v cifrovom формате [Prospects of professional training of highly qualified specialists based on distance learning in digital format]. *Innovations in education*. No 6. Pp. 136–146. (In Russian).
8. *Hamokova D.M.* (2021) EVENT-marketing kak instrument formirovaniya loyal`nosti potrebitel'ej [EVENT marketing as a tool for forming customer loyalty]. *Skif*. No 5 (57). Pp. 529–534. (In Russian).