

ИВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ В СПОРТЕ: СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ СПОРТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ**Сафарян Аргам Араикович**

студент, кафедра теории и методики футбола, Российский университет спорта «ГЦОЛИФК», РФ, г. Москва

Аннотация. настоящая статья представляет комплексный анализ ивент-менеджмента в спортивной индустрии, рассматривая его как многоаспектную систему организации и проведения спортивных мероприятий различного масштаба. Исследование охватывает теоретические основы спортивного ивент-менеджмента, его специфические особенности по сравнению с традиционными формами событийного менеджмента, а также современные тенденции развития данной сферы в контексте глобализации спортивной индустрии и внедрения инновационных технологий.

Ключевые слова: ивент-менеджмент, спортивные мероприятия, событийный маркетинг, спортивная индустрия, организация соревнований.

Современная спортивная индустрия характеризуется стремительным развитием и усложнением процессов организации спортивных мероприятий, что обуславливает необходимость применения профессиональных подходов к управлению событиями в спорте. Ивент-менеджмент в спортивной сфере представляет собой специализированную область деятельности, объединяющую принципы классического менеджмента с уникальными особенностями спортивной среды, включающими непредсказуемость результатов соревнований, эмоциональную вовлеченность участников и зрителей, а также необходимость соблюдения строгих регламентов и правил международных спортивных организаций.

Актуальность исследования ивент-менеджмента в спорте обусловлена возрастающим экономическим и социальным значением спортивных мероприятий в современном обществе, где крупные спортивные события становятся не только площадками для демонстрации спортивных достижений, но и мощными инструментами экономического развития регионов, формирования имиджа стран и городов на международной арене, а также средствами консолидации общества вокруг общих ценностей и целей. Профессиональный ивент-менеджмент в спорте требует глубокого понимания специфики спортивной деятельности, умения координировать множество взаимосвязанных процессов и способности адаптироваться к быстро изменяющимся условиям соревновательной среды.

Теоретические основы ивент-менеджмента в спорте. Концептуальные основы ивент-менеджмента в спортивной сфере базируются на интеграции классических теорий менеджмента с принципами спортивной науки, образуя междисциплинарную область знаний, которая объединяет управленческие, маркетинговые, психологические и социологические аспекты организации спортивных мероприятий. Фундаментальным принципом спортивного ивент-менеджмента является системный подход к планированию и реализации спортивных событий, предполагающий рассмотрение каждого мероприятия как сложной многокомпонентной системы, включающей спортивную, организационную, коммерческую и социальную составляющие.

Маркетинговые аспекты спортивного ивент-менеджмента

Маркетинговая составляющая ивент-менеджмента в спорте представляет собой комплексную систему продвижения спортивных мероприятий, направленную на максимизацию их коммерческой эффективности, повышение узнаваемости бренда события и формирование устойчивого интереса со стороны целевых аудиторий. Современный спортивный маркетинг в контексте ивент-менеджмента характеризуется интеграцией традиционных маркетинговых инструментов с инновационными цифровыми технологиями, позволяющими создавать персонализированные маркетинговые кампании и обеспечивать многоканальное взаимодействие с потребителями спортивного контента.

Цифровая трансформация спортивного ивент-менеджмента революционизирует традиционные подходы к организации спортивных мероприятий, внедряя передовые технологические решения, которые повышают эффективность управленческих процессов, улучшают качество обслуживания участников и зрителей, а также открывают новые возможности для монетизации спортивного контента. Интеграция информационных технологий в спортивный ивент-менеджмент охватывает все стадии жизненного цикла мероприятия, от предварительного планирования и регистрации участников до пост событийного анализа и поддержания связей с участниками и зрителями.

Системы управления спортивными мероприятиями на основе облачных технологий обеспечивают централизованное управление всеми аспектами организации соревнований, включая регистрацию участников, составление расписаний, управление результатами, координацию работы судейского корпуса и взаимодействие со СМИ. Эти платформы характеризуются высокой степенью автоматизации рутинных процессов, что позволяет организаторам сосредоточиться на стратегических аспектах управления мероприятием и повышает общую эффективность организационной деятельности.

Заключение. Проведенный анализ современного состояния ивент-менеджмента в спортивной индустрии свидетельствует о его эволюции от простой организации соревнований к комплексной системе управления сложными многофункциональными проектами, интегрирующими спортивные, коммерческие, социальные и технологические компоненты. Профессионализация спортивного ивент-менеджмента обусловлена возрастающими требованиями всех заинтересованных сторон к качеству спортивных мероприятий, что стимулирует внедрение передовых управленческих практик, инновационных технологий и комплексных подходов к обеспечению безопасности и управлению рисками. Успешность будущих спортивных мероприятий будет во многом зависеть от способности ивент-менеджеров адаптироваться к быстро изменяющимся технологическим и социальным условиям, сохраняя при этом основополагающие ценности спорта и обеспечивая высокие стандарты организации соревнований.

Список литературы:

1. Гуськов С.И., Деев А.В. Спортивный менеджмент: организация, проведение соревнований. - М.: Советский спорт, 2010. (Классика, основы организации соревнований).
2. Переверзин И.И. Менеджмент спортивной организации. - М.: Спорт, 2018. (Системный взгляд на управление, включая проведение мероприятий).
3. Жолдак В.И., Сейранов С.Г. Менеджмент в сфере физической культуры и спорта. - М.: Советский спорт, 2015. (Фундаментальный учебник, разделы по организации мероприятий).
4. Золотов М.И., Кузин В.В., Кутепов М.Е. Маркетинг спортивных мероприятий: Учебное пособие. - М.: Физическая культура, 2007. (Специализированное пособие по маркетинговой составляющей).
5. Новаторов Э.В. Маркетинг культурных и спортивных мероприятий (Event Marketing). - СПб.: Лань, 2019. (Рассматривает маркетинг мероприятий в широком контексте, применимо к спорту).

6. Третьякова Т.Н. Управление проектами в спорте: организация спортивных мероприятий. - М.: КНОРУС, 2017. (Проектный подход к организации ивентов).