

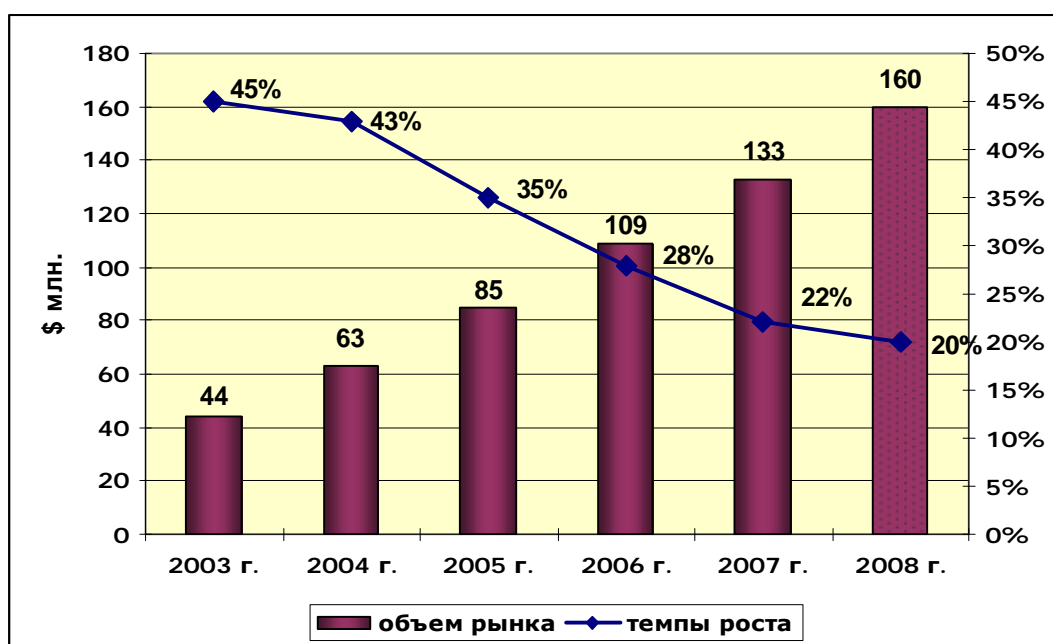
На сегодняшний день, по мнению специалистов MA Step by Step, в Москве работает свыше 1 500 компаний, занимающихся event-бизнесом. Однако за пределами Москвы число event-агентств значительно меньше, да и сам Рынок в регионах практически не развит. Существует большое количество неспециализированных компаний, которые также составляют конкуренцию event-агентствам. К таким компаниям относятся владельцы помещений для проведения конференций и выставок, заведения общепита, свадебные агентства, а так же частные лица. Учитывая неразвитость Рынка, о серьезном уровне конкуренции говорить пока не приходится. В большинстве своем event-агентства достаточно похожи, предлагая одинаковый набор услуг.

В ходе изучения Рынка аналитики MA Step by Step выяснили, что общая выручка московского event-рынка (без учета смежных рынков – делового туризма, PR, кейтеринга, обучения, тренингов и пр.) составила по итогам 2007 года около **\$130 млн.**, при этом потенциальная емкость event-рынка составляет не менее \$700 млн.

ТЕМПЫ РОСТА РЫНКА

Последние 4 года темпы роста рынка event-услуг снижаются. В 2007 году они составили 22%. Прогнозируется дальнейшее плавное снижение темпов роста Рынка, обусловленное завершением его формирования.

Диаграмма 1. Динамика изменения объемов Рынка



По сути, event-агентство является посредником между клиентом и компаниями, предоставляющими необходимые услуги и товары. Из имеющихся компаний event-агентство выбирает наиболее подходящие для конкретного мероприятия и клиента. В базе event-компаний есть несколько дизайн-агентств, оформительских фирм, кейтеринговых служб, транспортных компаний, полиграфических фирм и т.д.

Основная сложность при изучении рынка event-услуг, в целом, и при изучении основных игроков, в частности, заключается в его крайней закрытости и неструктурированности. По данным участников Рынка, около 90% event-компаний пока еще находятся в тени.

Что касается основных тенденций в направлении конкуренции среди основных игроков рынка, то на сегодняшний день было выявлено следующее:

- **Усиление конкуренции**

В связи с развитием Рынка постепенно будет ужесточаться и конкуренция на нем. Лидирующие игроки под прессингом новых участников будут стремиться удержать и увеличить свою долю Рынка за счет усиления конкурентных преимуществ, установления долгосрочных и взаимовыгодных отношений с партнерами по смежному бизнесу, а также применения всех доступных инструментов маркетинга.

- **Появление узкоспециализированных игроков**

В результате ужесточения конкуренции для выживания компаниям придется уходить в специализацию: организовывать мероприятия либо в рамках одной идеи (например, костюмированные мероприятия), либо для узкой целевой аудитории (например, только детские мероприятия).

- **Развитие брендов**

Подшло время, когда компании задумались о развитии собственных брендов. Для успешности развития на Рынке в условиях ужесточающейся конкуренции необходимо обеспечить узнаваемость компании.

Рынок event-мероприятий зародился в России в том виде, в котором он присутствует на Западе, сравнительно недавно. В результате, на сегодняшний день, он находится на этапе своего становления и, как следствие, рынок не структурирован, на нем отсутствуют профессиональные ассоциации и образования, нет регламентирующих документов. Однако учитывая рост экономики России, рост инвестиций в экономику, развитие бизнеса и улучшение благосостояния населения, можно говорить о больших перспективах рынка event-мероприятий и дальнейшем его развитии.