

УДК 338.46

D.A. Koroleva

**THE NATURE OF THE EVENT INDUSTRY,
STRUCTURE AND DEVELOPMENT INDICATORS**

The concept of event activity is considered, its structural elements are established, the interrelation of the event industry with other sectors of the economy is described. The classification of events in the event industry of the R&C Exhibition and Research Center is analyzed, and the author's classification of events in the event industry is proposed. This study examines the main indicators of the development of the event industry in 2019–2023, including data on the number of companies, their financial results, the number of employees, etc.

Keywords: event industry, classification of events, main indicators of the development of the event industry.

Д.А. Королева¹**СУЩНОСТЬ СОБЫТИЙНОЙ ИНДУСТРИИ,
СТРУКТУРА И ПОКАЗАТЕЛИ РАЗВИТИЯ**

В статье рассмотрено понятие событийной деятельности, установлены её структурные элементы, описана взаимосвязь событийной индустрии с другими отраслями экономики. Проанализирована классификация мероприятий событийной индустрии Выставочного научно-исследовательского центра R&C, предложена авторская классификация мероприятий событийной индустрии. В рамках настоящего исследования изучены основные показатели развития событийной индустрии за 2019–2023 гг., в том числе данные о количестве компаний, их финансовых результатах, численности сотрудников и др.

Ключевые слова: событийная индустрия, классификация мероприятий, основные показатели развития событийной индустрии.

DOI: 10.36807/2411-7269-2025-2-41-64-69

Структура индустрии событий представляет собой сложное явление, характеризующееся большим количеством входящих в её состав мероприятий и наличием тесной взаимосвязи с другими отраслями экономики. Как мы писали в одной из наших работ, мы понимаем событийное мероприятие как "заранее спланированный комплекс специальных действий, основным назначением которых является формирование интереса населения к объекту определённой территории, его истории, культуре, национальным традициям" [6, с. 124], тем самым событийную индустрию следует понимать как деятельность по организации и проведению мероприятий различной направленности, которые можно классифицировать как в отраслевом разрезе (культурные, образовательные, спортивные, маркетинговые и рекламные и пр.), так и в рамках иных критериев деления (по охвату аудитории, по территориальной привязке, по решаемым задачам и т.д.) [4]. Согласно мнению экспертов ВНИЦ R&C событийная индустрия включает в себя следующие мероприятия: частные мероприятия; художественные и культурно-досуговые мероприятия; спортивные мероприятия; конгрессные мероприятия; выставочные мероприятия; BTL-мероприятия; SMERF-мероприятия [5].

Событийная индустрия представляет собой сложную многокомпонентную систему с большим количеством связей. Событийная индустрия тесно связана с коммуникационной (СМИ, public relations, government relations, реклама) и туристской индустриями (деловой туризм, промышленный туризм, событийный туризм). Она выступает "генератором" притока туристов и экскурсантов, в том числе бизнес-туристов, прибывающих для участия в съездах, научных конгрессах, конференциях, семинарах, ярмарках, выставках, проведения переговоров и заключения контрактов. В соответствии с классификатором коммуникаций [3], принятым при Общественной палате Российской Федерации в 2021 г., событийные коммуникации входят в структуру коммуникационной индустрии. К видам деятельности данного класса относятся планирование и разработка концепций событий, а также их реализация и информационное сопровождение [5].

Ввиду указанных особенностей процесс классификации её элементов затруднен. По мнению автора, на сегодняшний день наиболее полной и актуальной классификацией

¹ Королева Д.А., магистр Сервиса, аспирант; Санкт-Петербургский государственный экономический университет, г. Санкт-Петербург
Koroleva D.A., Master of Service, Postgraduate; St. Petersburg State Economic University, St. Petersburg
E-mail: korolewa94@mail.ru

мероприятий событийной индустрии является классификации российских и зарубежных исследователей, описанная экспертами ВНИЦ R&C в "Кратком словаре терминов и ключевых понятий ивент индустрии. Общие термины и определения" [5].

На основании обобщения различных подходов к классификации автором сформирована собственная классификация мероприятий событийной индустрии по различным признакам (Табл. 1-3). Отметим, что несмотря на неоспоримую полноту и актуальность классификации мероприятий событийной индустрии, предложенной экспертами ВНИЦ R&C, классификация мероприятий событийной индустрии, описанная автором настоящего исследования, содержит отличительные признаки, которые способны сыграть значительную роль при планировании и реализации события. Так, например, планирование с ориентацией на "место проведения" события подразумевает необходимость учёта погодных условий, а "возрастной состав участников" накладывает ограничения на демонстрацию материалов определённого содержания, а также усиливает требования к безопасности. Кроме того, автором учтена тематическая направленность мероприятия, а также цели и частота его проведения.

Таблица 1 – Классификация мероприятий событийной индустрии (по влиянию на destination)

Признак	Вид	Характеристика
по масштабу	локальный/местный	мероприятие проводится на территории небольшого города, городского или сельского поселения; организаторами выступают местные коммерческие компании или муниципальные органы исполнительной власти, а целевой аудиторией выступает местное население
	региональный	мероприятие проводится на территории крупных региональных городов, в зависимости от тематической направленности, к участию приглашаются жители всего региона
	национальный	участниками мероприятия являются представители (эксперты, спортсмены, артисты) разных регионов страны
	международный	к участию в мероприятии приглашаются представители нескольких стран
по месту проведения	открытый (уличные площадки)	массовые зрелищные мероприятия, которые проходят на открытых площадках, например, на центральных городских площадях, в парках и скверах
	закрытый (крытые площадки)	мероприятия, которые проводятся в оборудованных под это пространствах, например, в залах, конференц-залах, выставочных комплексах, гостиничных комплексах, концертно-театральных или торгово-развлекательных комплексах
по формату проведения	жёсткий	формат мероприятия, в котором конвенции определены изначально и подробно прописаны
	гибкий	мероприятия, границы которых условны, организатор может переосмыслить их творчески, находить новые варианты составления программы или организации пространства
по частоте проведения	регулярный	мероприятия, которые происходят ежегодно или в определённые периоды времени
	разовый (неповторяемый)	мероприятия, которые происходят один раз в определённый день и в определённое время

Источник: составлено автором.

Таблица 2 – Классификация мероприятий событийной индустрии (по результату для заинтересованных сторон)

Признак	Вид	Характеристика
по возрастному составу участников	детско-юношеский	мероприятия, адаптированные для детей младшего, среднего и старшего школьного возраста (от 7 до 17 лет)
	без возрастных ограничений	мероприятия, на которых не установлен возрастной ценз (0+)
	с ограничением по возрасту	мероприятия, на которые допускаются участники определённой возрастной категории (6+, 12+, 16+ и 18+)
по типу организатора	проводимые отраслевыми организациями (региональные, национальные, международные)	мероприятия, которые объединяют профессионалов, экспертов и представителей бизнеса в определённой отрасли для обмена знаниями, общения и обсуждения отраслевых тем
	проводимые государственными организациями	мероприятия, ответственным исполнителем в организации которых выступают органы власти (муниципальные, региональные, федеральные)
	проводимые коммерческими организациями	мероприятия, ответственным исполнителем в организации которых выступают юридические лица или индивидуальные предприниматели, осуществляющие деятельность по проведению культурных и развлекательных мероприятий, организации конференций и выставок и др.

Источник: составлено автором.

Таблица 3 – Классификация мероприятий событийной индустрии (по направленности)

Признак	Вид	Характеристика
по тематике	культурный	события, организованные для продвижения и представления различных аспектов культуры, таких как живопись, музыка, театральное искусство и др.
	спортивный	организованные события, которые объединяют людей вокруг спортивных состязаний или занятий спортом
	гастрономический	мероприятия, организованные с целью знакомства посетителей с особенностями приготовления блюд (региональных, национальных), а также с местными кулинарными традициями
	исторический	мероприятия, проводимые с целью воссоздания образа жизни людей разных эпох и визуализации исторических событий
	научно-технический	мероприятия, проводимые с целью представления и обобщения результатов учебно-методической, научно-исследовательской, научно-производственной и инновационной деятельности коллектива образовательного или научно-исследовательского учреждения, его учебных, научных, научно-производственных подразделений
	этнический	мероприятия, проводимые с целью популяризации национальной культуры и народных традиций через создание эмоциональной связи и трансляцию культурного прошлого поколений
	конфессиональный	мероприятия, организованные отдельными вероисповеданиями для отметки особых церемоний, традиций и праздников
по целям	образовательный	мероприятие, направленное на расширение границ традиционных форм проведения обучающих мероприятий и имеющее выраженный практико-ориентированный характер
	благотворительный	мероприятие, направленное на оказание материальной, духовной или интеллектуальной помощи нуждающимся или на решение какой-либо социальной задачи
	деловой (в т.ч. политические и экономические)	мероприятие, которое проводится с целью обмена опытом, знаниями и информацией между участниками, расширения связей и налаживания новых контактов
	экологический	мероприятие, направленное на сохранение окружающей среды
	частный	особый тип мероприятий, которые проводятся частными группами, организациями или бизнес-партнёрами и имеют строго ограниченный круг участников (свадьбы, юбилеи, детские праздники, крестины, дни рождения, торжества по случаю венчания, помолвки, новоселье, религиозные праздники, семейные знаковые события и даты)

Источник: составлено автором.

Рассмотрев различные критерии классификации мероприятий событийной индустрии, обратимся к результатам проведённого автором анализа состояния событийной сферы Российской Федерации за 2019–2024 гг., которое включает в себя анализ структуры событийного рынка (на уровне страны и отдельных регионов), сведения об основных показателях, в том числе количестве компаний, их финансовых результатах, численности сотрудников и др.

В течение последних пяти лет российская событийная индустрия вынуждена была пройти несколько важных трансформационных этапов: введение ограничительных мер вследствие распространения пандемии коронавируса COVID-19, отмена и/или перенос множества мероприятий, переход в онлайн и гибридный форматы, выход из кризиса и встреча с новыми вызовами ввиду обострения геополитической обстановки в 2024 г.

Несмотря на тот факт, что период 2019–2024 гг. был сложным и нестабильным для отрасли, к концу 2024 г. отмечена положительная динамика развития событийного рынка в России и мире. Так, по оценке Всемирной ассоциации выставочной индустрии, содержащейся в отчёте The Global Exhibition Barometer [2], 2024 г. стал рекордным по доходам отрасли во всём мире. В среднем в 2024 г. выручка увеличилась на 16%. Рост благоприятно отразился на создании новых рабочих мест, а также на расширении предприятий, включая выход на новые виды деятельности и географические регионы. Согласно прогнозу The Global Exhibition Barometer на 2025 г. ожидается, что динамика операционной прибыли сохранится и составит 18% [8].

Темпы развития российской событийной индустрии в 2024 г. оцениваются более сдержанно, но всё же позитивно. Рынок насыщен спросом, большинство компаний нарастили обороты и заметно увеличили количество проводимых событий, превзойдя показатели допандемийного периода.

Перечислим основные тренды минувшего периода:

- залогом существенных изменений в компаниях стала смена их бизнес-моделей;

- в качестве основной тематики событий выделяется "человекоцентричность";
- неразрывно связанными становятся идентичность компании и её подход к организации событий;
- отмечается стремление к повторению успешного опыта организации событий и ориентация на ожидаемые регулярные проекты;
- в сфере корпоративных мероприятий наблюдается отказ от игровых форматов и тимбилдинга в пользу совместной деятельности по облагораживанию территорий, помощи приютам для животных и др.;
- зафиксирован общий рост бюджетов мероприятий (за счёт инфляции);
- присутствует ориентация заказчиков мероприятий на допандемийные бюджеты, что значительно ограничивает возможности организаторов в использовании креативных и технологичных инструментов;
- главный запрос индустрии направлен на поиск привлекаемых средств, а также поддержки и доступных льгот для МСП со стороны государства;
- сохраняется тенденция к сокращению сроков подготовки мероприятий;
- со стороны заказчиков происходит усиление фокуса на регионы, что, в свою очередь, способствует активному развитию региональных агентств;
- продолжается интеграция искусственного интеллекта, как на стадии подготовки проектов, так и непосредственно на стадии его проведения (например, виртуальный ведущий);
- усиливается интерес к событийному туризму со стороны молодёжи;
- активно развивается деловой туризм, в том числе увеличивается бюджет поездок и их количество, автоматизируются процессы, происходит персонализация;
- подчёркивается острая необходимость в доработке законодательной базы в сфере регулирования массовых мероприятий [1].

В настоящее время основной объём статистических данных событийной отрасли представлен в отчётах Выставочного научно-исследовательского центра (ВНИЦ) R&C. Обратимся к показателям, чтобы оценить динамику развития отрасли за последние пять лет, а также её современное состояние (Табл. 4).

Таблица 4 – Основные показатели событийной индустрии Российской Федерации в 2019–2023 гг. [7, с. 3]

Наименование показателя	2019	2020	2021	2022	2023
объём рынка, млрд руб.	212,7	132,1	187,9	204,9	268,8
динамика объёма рынка, %	14,0	-38,0	42,0	9,0	31,0
количество компаний, ед.	2 593	2 760	2 964	3 272	3 560
динамика количества компаний, %	20,0	6,0	7,0	10,0	9,0
компании, ушедшие с рынка, ед.	-	131	165	173	172
количество занятых в событийной индустрии по параметру "среднесписочная численность", чел.	21 356	20 320	19 768	19 936	19 960
динамика среднесписочной численности занятых в событийной индустрии, %	-	-4,9	-2,7	0,9	0,1
объём государственных контрактов, млрд руб.	60,4	9,2	18,7	17,3	32,8
динамика объёма государственных контрактов, %	156,0	-85,0	104,0	-8,0	90,0

Резкое снижение объёма рынка наблюдается в 2020 г., как следствие введения ограничительных мер, вызванных пандемией COVID-19. В остальные периоды отрасль демонстрирует устойчивый рост. К сожалению, оценить влияние геополитических факторов не представляется возможным, так как отсутствуют данные за 2024 г. Количество компаний в отрасли также уверенно растёт, во многом за счёт перехода на ОКВЭД 82.30 Деятельность по организации конференций и выставок. По состоянию на май 2024 г. зарегистрировано 1 968 ИП с данным ОКВЭД [7, с. 3].

Отрицательная динамика занятых в событийной индустрии по параметру "среднесписочная численность" в 2020–2021 гг. во многом связана с увеличением доли онлайн и гибридных мероприятий, управление которыми осуществляется дистанционно с использованием новых технологий и, в свою очередь, сокращает потребность в трудовых ресурсах. Кроме того, в указанный период компании, находясь в поиске решений для выхода из кризиса, стремились снизить расходы за счёт сокращения штата, пользуясь при необходимости услугами аутсорсинга или привлекая временных сотрудников. Также, в 2021 г.

многие сотрудники получили статус самозанятых, а индивидуальные предприниматели не попали в выборку из-за отсутствия требований к предоставлению строгой бухгалтерской отчётности. В 2022–2023 гг. динамика приняла положительный характер, однако кадровый дефицит остаётся одной из самых острых проблем для отрасли. Далее рассмотрим структуру российского событийного рынка по видам деятельности (Табл. 5).

Таблица 5 – Структура событийного рынка Российской Федерации по видам деятельности, 2023 г. [7, с. 4-6]

Вид деятельности	По объёму выручки, %	По доле рынка, %
организаторы	47	31
площадки	29	3
сервисные услуги	22	11
прочее	2	55

Несмотря на то, что организаторы конгрессно-выставочных мероприятий уступают в доле рынка "прочим" видам деятельности (компании, работающие в сфере программного обеспечения, диджитал-технологий, медиа, видеопродакшен, а также поставщики материалов, мебели, переводческие компании, кейтеринг, службы по обеспечению безопасности, компании, организующие участие в иностранных выставках), именно они демонстрируют самый значительный объём выручки.

В сегменте сервисных услуг крупные доли рынка приходятся на застройщиков выставочных стендов, компании по техническому сопровождению, по консалтингу и исследованиям рынка, а также компании, занимающиеся транспортным обеспечением и экспедиторскими услугами.

Исследовательский интерес представляет также структура событийного рынка Российской Федерации в региональном срезе.

Итак, абсолютное большинство площадок отрасли сосредоточены в Москве и Московской области (84% в 2023 г.) [7, с. 5]. Вторым по объёму сегмент событийного рынка приходится на ТОП-10 регионов, вошедших в Рейтинг событийного потенциала регионов (14%). К ним относятся: Санкт-Петербург и Ленинградская область, Свердловская область, Республика Татарстан, Краснодарский край (в том числе, Сочи), Калининградская область, Республика Башкортостан, Нижегородская область, Новосибирская область, Пермский край, Красноярский край.

Таким образом, очевидной становится необходимость создания эффективной системы продвижения и государственной поддержки событийной деятельности в Российской Федерации.

Развитие инфраструктуры и материально-технической базы сети конгрессно-выставочных центров должно выйти за пределы Москвы и Санкт-Петербурга и усилить своё присутствие в регионах страны. В настоящее время существует потребность как в постройке новых, так и в модернизации существующих площадок. Для реализации указанных мер следует использовать принципы государственно-частного партнёрства, предоставлять налоговые льготы и оказывать поддержку инвесторам.

Кроме того, требуется актуализация и внесение соответствующих изменений в нормативно-правовое регулирование сферы конгрессно-выставочной деятельности, которое на данный момент значительно отстаёт от других отраслей по степени нормативной обеспеченности. Аналогичные преобразования должны быть реализованы на уровне регионов и местного самоуправления.

Наряду с указанными вопросами необходимо решать проблему обеспеченности отрасли профессиональными высококвалифицированными кадрами: создавать условия для их подготовки, оказывать учебно-методическую и научно-методическую помощь субъектам конгрессно-выставочной деятельности, актуализировать профессиональные стандарты, внедрять системы независимой оценки квалификации работников.

Для того чтобы событийная отрасль отвечала требованиям и потребностям цифровой экономики, необходима разработка единой цифровой платформы отрасли, которая будет способствовать повышению эффективности конгрессно-выставочной деятельности за счёт оцифровки и автоматизации бизнес-процессов. Наконец, следует обеспечить всех участников событийного рынка, в том числе органы власти, актуальной и достоверной отраслевой информацией.

Проведённый анализ динамики развития и современного состояния событийной отрасли показал, что несмотря на все вызовы отрасль демонстрирует устойчивый рост и высокую степень адаптации к изменениям. Устойчивый интерес к событийной деятельности ярко выражен, как со стороны научного и профессионального сообществ, так и со стороны органов государственной власти на всех уровнях. Уникальные особенности со-

бытийной индустрии и её тесная взаимосвязь с другими отраслями экономики обнаруживают неограниченный потенциал для роста, в том числе в сфере устойчивого развития.

По мнению автора, для дальнейшего восстановления и роста показателей отрасли необходима новая для российского сознания модель взаимодействия всех заинтересованных сторон, которая в свою очередь, приведёт к созданию положительного эффекта в таких сопряжённых областях как экономика, экология и общество.

Список использованных источников

1. Исследование массовых мероприятий в России. – Текст: электронный. – URL: <https://legal-expert.info/zakonodatelstvo/massovye-meropriyatiya-v-rf> (дата обращения: 01.04.2025).
2. Итоги года в ивент индустрии: восстановление и рост. – Текст: электронный. – URL: https://event-live.ru/articles/tsifry-i-fakty/tsifry-i-fakty_1174.html (дата обращения: 01.04.2025).
3. Классификатор коммуникационных индустрий. – Текст: электронный. – URL: <https://files.oprf.ru/storage/documents/klassifikator-komm-industrij-2025.pdf> (дата обращения: 02.04.2025).
4. Королева Д.А. Устойчивая событийная деятельность: как государство и бизнес могут помочь друг другу в развитии региона / Д.А. Королева, Л.В. Хорева // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2024. – Т. 12. – № 12(153). – С. 139-149. – DOI 10.36871/ek.up.p.r.2024.12.12.015.
5. Краткий словарь терминов и ключевых понятий ивент индустрии. Общие термины и определения / ред. совет проекта: Д.А.Карпов, Д.А. Островская и др. – СПб.: ООО "Виктория", 2025.
6. Лазарева Л.И., Васильковская М.И., Пожарская О.Б. Событийные мероприятия в брендировании территории: назначение, виды и проектирование // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2023. – № 3(113). – С. 121-130. – DOI 10.24412/1997-0803-2023-3113-121-130.
7. Событийная инфраструктура России 2024: краткий обзор результатов исследования. – С. 3. – Текст: электронный. – URL: https://static.rnc-consult.ru/netcat_files/userfiles/Issledovanie_spec_KVC.pdf (дата обращения: 31.03.2025).
8. The Global Exhibition Barometer (February 2025). – Текст: электронный. – URL: <https://www.ufi.org/archive-research/the-global-exhibition-barometer-january-2025/> (дата обращения: 01.04.2025).