

УДК 394.48:659.44:659.1

## УПРАВЛЕНИЕ ИВЕНТ-ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ В КОНТЕКСТЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ: ОТЕЧЕСТВЕННАЯ И ЗАРУБЕЖНАЯ ПРАКТИКА

Шелгинская Виктория Алексеевна<sup>1</sup>,

victoria.shelg@yandex.ru

ORCID: 0000-0002-5075-5984

Тяботов Иван Андреевич<sup>2</sup>,

ief.pro@m.ursmu.ru

<sup>1</sup>Уральский институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Россия, 620144, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта, 66

<sup>2</sup>Уральский государственный горный университет, Россия, 620144, г. Екатеринбург, ул. Куйбышева, 30

**Шелгинская Виктория Алексеевна**, аспирант кафедры Управления персоналом и социологии, Уральский институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации.

**Тяботов Иван Андреевич**, кандидат технических наук, профессор кафедры природообустройства и водопользования Уральского государственного горного университета.

*Рассмотрение вопросов внедрения принципов устойчивого развития актуализируется в различных отраслях деятельности. В последние годы интерес к этой теме начал расти и в сфере организации ивент-мероприятий. Однако принятие управленческих решений осложняется межотраслевым характером ивент-деятельности, а также отсутствием разработанного теоретико-методического базиса, который бы послужил основой для взвешенного внедрения устойчивых решений в управление. **Актуальность** темы обусловлена необходимостью систематизации теоретического и практического знания о внедрении принципов устойчивости в ивент-деятельность для комплексной оценки их потенциального влияния на взаимосвязанные с индустрией событий отрасли. **Цель** – обобщение существующей практики управления ивент-деятельностью в соответствии с принципами устойчивого развития и определение ее специфики. **Методы:** системного анализа и теоретического обобщения результатов теоретических и научно-практических исследований. **Результаты:** во-первых, определены проявления отрицательного влияния ивент-деятельности на внешнюю среду и положительно-го на социально-экономическую сферу и местное сообщество; во-вторых, проанализировано комплексное влияние ивент-деятельности на социально-экономическую среду и охарактеризованы последствия внедрения принципов устойчивости в ивент-деятельность; в-третьих, выделены и систематизированы основные виды устойчивых практик, которые при применении в ивент-деятельности позволят соблюсти баланс между принципами устойчивости и благоприятным развитием социально-экономических систем; в-четвертых, выявлена специфика внедрения принципов устойчивости в событийную деятельность с точки зрения возможностей социального моделирования. **В заключении** подчеркивается, что качественный результат внедрения устойчивых практик зависит от комплексного подхода к управлению при учете синергетического влияния природной, экономической и социальной сфер. При этом, с учетом специфики ивент-деятельности, ее взаимосвязь с социальной сферой открывает широкие возможности к продвижению принципов устойчивости по отношению к другим сферам с использованием методов социального моделирования.*

**Ключевые слова:** управление проектами, социальные технологии, ответственное потребление, экономическая устойчивость, социальное управление, экология, экологическая ответственность, ивент-менеджмент, праздник.

## Введение

Вопросы реализации концепции устойчивого развития представляют собой актуальную тенденцию в стратегическом и тактическом управлении в последние годы. Декларирование устойчивого подхода в деятельности организаций позволяет не только создавать доверительный и социально ответственный имидж организации, но и объединять усилия государственного и коммерческого секторов по достижению смежных целей. Концепция устойчивого развития приобретает все большую значимость практически во всех областях, среди которых выделяются следующие: сельское хозяйство, развитие территорий, туризм, производство и технологии и т. д. Их объединяет то, что они направлены на защиту ресурсов территории и в конечном итоге на обеспечение благополучного будущего человека.

Концепция устойчивого развития затрагивает три направления общественного развития: экономическое, социальное и экологическое [1]. В рамках первого рассматриваются вопросы рационального использования ресурсов, применения энергосберегающих технологий и минимизации отходов. Второе подразумевает рассмотрение вопросов поддержания социального порядка. Третье акцентирует важность поддержания функционирования экосистем и сокращения негативного антропогенного воздействия. С течением времени, однако, все более осознается значимость всех трех аспектов в комплексе, однако вопросы управления по-прежнему преимущественно связываются с приоритетами энергоэффективности, рационального природопользования, компенсации выбросов и стабилизации климатических изменений. Иными словами, на вопросах, которые так или иначе связаны с экологией и компенсацией отрицательного воздействия человека на среду его обитания.

Принципы устойчивости и ответственного управления также все чаще поднимаются в отношении ивент-деятельности – деятельности, связанной с организацией и проведением специальных мероприятий празднично-развлекательного характера, не приуроченных к каким-либо официальным праздникам [2]. Устойчивая ивент-деятельность определяется как организация событий с нулевыми или минимизированными показателями потребления, загрязнения и уничтожения ресурсов, при достаточном удовлетворении потребностей потребителей событийной деятельности и других заинтересованных сторон [3, 4].

Применительно к сфере мероприятий внедрение устойчивых подходов становится особенно сложным, неоднозначным и противоречивым ввиду большого количества заинтересованных сторон и различной направленности сфер их деятельности. В частности, ивент-деятельность неразрывно связана с местами и городами проведения ивент-мероприятий, взаимоотношениями организаторов с органами власти, контрагентами и обществом. Также необходимо учитывать роль ивент-мероприятий в социокультурной, общественно-политической и локально-экономической сферах (поскольку в проведении даже единичного мероприятия задействовано большое количество различных сервисных компаний и кадровых ресурсов). Таким образом, внедрение устойчивых подходов при одновременном обеспечении социального, культурного и экономического развития общества до сих пор остается нерешенной проблемой ввиду противоречивости интересов сторон, что обуславливает актуальность данного исследования.

Специфика межотраслевого положения ивент-деятельности обуславливает необходимость принимать во внимание широкий спектр последствий принимаемых в ней управленческих решений, что обостряет проблему. Многие организации в целом, как и многие ивент-организации, начинают задумываться над внедрением принципов устойчивого развития в свою деятельность и искать подходящие решения для своего бизнеса. Несмотря на наличие основных руководящих принципов, на сегодняшний день не существует разработанного

теоретико-методического базиса, который бы послужил основой для рационального и взвешенного внедрения устойчивых решений в управленческую стратегию ивент-организаций. Как отмечает К. Илларионова, руководитель PR-отдела Санкт-Петербургского Экологического союза, «с одной стороны, виден интерес ивент-отрасли к экологическим инициативам, с другой стороны, наблюдается недостаток информации и практических решений» [5]. К решению вопросов экологизации мероприятий нужно подходить с точки зрения комплексной оценки ситуации и внедрять только те инициативы, которые представляют наилучшие из возможных вариантов (как для организации, так и для общества).

С целью обобщения существующей практики управления ивент-деятельностью в соответствии с принципами устойчивого развития и определения ее специфики в статье проводится системный анализ. На основе полученных выводов авторами формулируется обобщающий комплекс методов устойчивого управления ивент-деятельностью, применяющихся на практике в России и за рубежом.

Мы отобрали для изучения теоретические и практические исследования, представленные в отечественной и зарубежной научной литературе. Были изучены отечественные и зарубежные статьи, опубликованные не ранее 2018 г., что было обусловлено двумя факторами. Во-первых, по данным Scan Interfax, значительное повышение активности ивент-деятельности пришлось на период 2018–2020 гг. Соответственно, именно в этот период у организаций была возможность протестировать различные инструменты управления «зелеными» практиками. Во-вторых, период пандемии стимулировал дополнительную рефлексию организаторов над применяемыми и потенциально возможными для внедрения практиками, а также способствовал резкой активизации интереса к ивент-деятельности.

Аспекты рассматриваемой проблемы можно сформулировать в трех вопросах:

1. В чем проявляется негативное влияние ивент-деятельности на внешнюю среду? Соответственно, необходимо определить основные аспекты «неустойчивости» ивент-деятельности.

2. Какие существуют способы минимизации этого негативного влияния? Соответственно, необходимо изучить и систематизировать отечественную и зарубежную практику внедрения решений для устойчивого управления в ивент-деятельность.

3. Какие могут быть последствия? Соответственно, необходимо принять во внимание и охарактеризовать комплексное состояние проблемы достижения устойчивости применительно к сферам общественной жизни.

Материал статьи представляет собой системный методический обзор практических и теоретических разработок в области устойчивой ивент-деятельности с учетом ее межотраслевых взаимосвязей и специфики. Статья является своего рода практическим руководством по осознанному внедрению принципов устойчивого развития в деятельность организаций событийной (ивент) сферы. Исследование представляет практический интерес как для специалистов ивент-индустрии, так и для представителей сферы услуг в целом, желающих повысить экологическую ответственность своего бизнеса и получить конкурентное преимущество – при сохранении общего равновесия местной социально-экономической системы.

### **Проявление негативного влияния ивент-деятельности на внешнюю среду**

Деятельность организаций тех сфер, которые сильно зависят от социального фактора (в частности и в особенности ивент-организации), связана с высоким риском потери целевой аудитории и нанесения вреда имиджу в том случае, если внедрение элементов устойчивого управления будет чрезмерным. Поэтому ивент-организации часто не уделяют достаточно внимания проблемам повышения устойчивости. В то же время их дея-

тельность обладает потенциалом эффективно влиять на социум с точки зрения трансляции ценностных ориентиров и шаблонов поведения (например, на ивент-мероприятии может быть продемонстрирован пример экологически ответственного поведения).

Ивент-мероприятия также являются эффективным инструментом для организации, позволяющим создать или повысить лояльность к бренду, получить дополнительный доход, а также повлиять на социокультурную среду населенного пункта или местного сообщества [6]. В широком смысле сущность ивента заключается в создании особенного пространственно-временного отрезка времени, обладающего уникальными эстетическими и социальными характеристиками. В контексте маркетинга и менеджмента особенности ивента заключаются в создании эмоциональной взаимосвязи (привязанности) к организации или предлагаемой ей продукции (услуге) [7].

За последнее десятилетие ивент-индустрия расширилась и, хотя пандемия нанесла ей ощутимый урон, специалисты настроены достаточно оптимистично в отношении потенциала восстановления в постпандемийный период. Это может быть обусловлено тем, что «тенденции его направлений меняются ежегодно... По сути, это самое неожиданное направление всего рынка услуг» [8, с. 137]. Организацию устойчивых (или так называемых «зеленых») мероприятий как раз можно назвать одной из тенденций последних лет, достаточно неожиданной для ивент-мероприятий. Это связано со следующим. Если перефразировать сущность ивент-мероприятий на «зеленый» лад, то можно сказать, что их суть заключается в том, чтобы собрать людей в одном месте, затратив на это некоторое количество материальных и организационных ресурсов (реклама, полиграфия, посуда и т. д.) и получив по окончании мероприятия определенный ущерб для окружающей среды за счет транспорта и отходов, использованных организаторами и участниками [9]. В этом случае мы имеем дело с противоречием: ивент-мероприятия по своей природе не экологичны, можно даже сказать, антиэкологичны. В таком случае как мы можем говорить о внедрении принципов экологической устойчивости, если это приведет к изменению сущности ивент-мероприятия, потере его привлекательных атрибутов и, следовательно, снижению интереса аудитории?

Основное влияние ивент-мероприятий на природную среду обитания можно свести к следующему [3, 9, 10–14]:

1. Потребление энергии: на ивент-мероприятиях используется множество систем освещения, звукового и светового оборудования, технических систем, каждая из которых потребляет значительное количество энергии, а в случае превышения тайминга работы (ввиду халатности или необходимости) – выходит за пределы запланированных величин.

2. Расточительное использование ресурсов: организация ивент-мероприятия предполагает изготовление значительного количества сопутствующих материалов для оформления (баннеры, афиши, декорации, декоративные конструкции), которые по окончании мероприятия либо применяются крайне редко, либо вообще не бывают задействованы больше одного раза; при этом затраты ресурсов на их изготовление и хранение не компенсируются.

3. Механическое загрязнение: ивент-мероприятия связаны с пищевыми отходами и упаковкой. Во-первых, в связи с тем, что на мероприятиях используется множество одноразовых упаковок, предоставляемых организаторами обеденных перерывов или приносимых самими участниками. Во-вторых, в связи с тем, что в случае превышения произведенной или заказанной пищи для участников ее излишки выбрасываются (например, в целом по России на одного городского жителя приходится 0,93 кг мусора, при этом только 1 % перерабатывается [15]).

4. Транспортное загрязнение: обуславливается тем, что на ивент-мероприятие могут приезжать участники из различных, часто удаленных, областей. При этом они пользуются транспортом (или несколькими видами транспорта с пересадками), наносящим вред окружающей среде. Особенно это актуально для событийного туризма, в котором сочетаются путешествия по различным городам (странам) и посещения в этих городах каких-либо мероприятий (так, например, авиаперелеты, связанные с мероприятиями, вносят 2 % мировых выбросов углерода, тогда как на всю событийную логистику приходится порядка 5 % [9, 16]).

5. Дополнительно может быть выделено влияние, связанное с логистическими последствиями [4]. К такому влиянию относятся проблемы, связанные с изменением привычного ритма жизни при организации мероприятий, особенно крупных. Здесь можно отметить: проблемы дорожного движения, нарушение перемещений, рост преступности и вандализма, ситуативный рост скученности и шумовых загрязнений; которые отрицательно сказываются на качестве жизни общества, создают препятствия для ежедневных нужд и т. д.

### **Практические решения для обеспечения устойчивости**

Концепция «зеленых» мероприятий подразумевает такой процесс планирования и организации мероприятия, который преследует не только коммерческий или коммуникативный интерес, но и тесно связан с понятиями ответственного потребления, экологичности, социальной ответственности, этики и культуры. Соответственно, тема экологически устойчивых ивент-мероприятий в целом должна быть сфокусирована на компенсации углеродных выбросов, повышению энергоэффективности, сохранения климата и экономии ресурсов [17, 18]. С учетом перечисленных факторов устойчивое управление должно придерживаться принципа 3R, который включает переработку, повторное использование и принцип сокращения, что позволяет минимизировать отходы [19]. Концепция соответствует международным стандартам экологической безопасности, таким как ISO 20121:2012 (Системы управления устойчивостью событий), который был принят в России как ГОСТ Р ИСО 20121-2014 «Системы менеджмента устойчивого развития. Требования и практическое руководство по менеджменту устойчивости событий», или EMAS (Схема экологического менеджмента и аудита) [9].

Рассмотрим основные направления, в рамках которых в научно-практической литературе предлагается трансформация управленческих подходов применительно к указанным аспектам влияния ивент-мероприятий: энергопотребление, управление ресурсами и отходами, компенсация выбросов.

Проблема энергопотребления является ключевой для ивент-мероприятий, поскольку для создания нетривиальной и запоминающейся атмосферы необходимо использовать разнообразную звуковую и световую технику. Первым и основным направлением ответственного подхода в этом случае можно назвать внедрение систем энергетического контроля и энергосберегающих технологий [20, 21]. Тем не менее оно связано с увеличением расходов, что становится значительным препятствием в реализации ивент-мероприятия, особенно в секторе малого и среднего бизнеса, у которого нет в резерве значительных ресурсов. Второе направление связано с повышением ответственности персонала. Так, оставленное на лишний час оборудование, подключенное к сети, выходит за рамки расчетного по таймингу и создает как незапланированные экономические издержки, так и лишний период излучения. Третье направление подразумевает переход к экологически чистой энергии (вода, ветер, солнце), что, однако, пока практически недоступно или нецелесообразно с энергетической и экономической точек зрения [22].

Что касается использования ресурсов при организации ивент-мероприятия, то оно зависит от типа материала и мероприятия (например, для организации конференций нужно значительно меньшее количество сопровождающих материалов, чем при организации фестиваля). Первым типом ресурсов является бумага и текстиль для изготовления программ, указателей, баннеров, информационных стендов, рекламных носителей и т. д. Хотя использование бумаги классифицируется как экологически безопасное, поскольку ее можно перерабатывать, эту практику можно рассматривать как безответственное использование ресурсов с точки зрения сохранения местной флоры (фауны) и естественной компенсации углеродных выбросов, [4, 11]. Второй тип ресурсов касается элементов брендинга и дизайна мероприятий [19]. Несмотря на то, что, без сомнения, такие элементы в полной мере выполняют свои функции создания уникальной нетривиальной атмосферы мероприятия и способствуют формированию имиджа организации, зачастую большинство из них являются одноразовыми. Третий тип ресурсов касается элементов инфраструктуры мероприятия (сборно-разборные конструкции, указатели и т. д.) [12]. В отличие от элементов дизайна, такие конструкции могут быть адаптированы для многих мероприятий, поэтому целесообразность их индивидуального изготовления под каждую конкретную организацию не оправдана. В этом отношении принципы совместного потребления позволили бы сократить количество затрачиваемых ресурсов (дерево, металл и пластик) и расширить возможный «ассортимент» конструкций. В качестве примера такого подхода можно привести ситуацию, когда активисты объединения «РазДельный Сбор» собрали на фестивале VK Fest в 2019 г. около 70 кубометров материалов, пригодных для повторного использования другими организациями (ковролин, брус, ткань, ленты, элементы конструкций и т. д.) [5].

Существует два типа отходов, подлежащих минимизации: пищевые и непищевые. Основой формирования пищевых отходов на мероприятии является несоответствие произведенной и употребленной пищи. Что касается непищевых отходов, то, не принимая во внимание косвенные отходы, связанные с неэффективным использованием ресурсов (о чем было сказано выше), эта проблема связана с изготовлением большого количества одноразовых упаковок и сувенирной продукции, которые участники оставляют на месте проведения мероприятия. Например, по итогам фестиваля VK Fest – 2019 осталось 6 кг не востребовавшей еды, а волонтерами было собрано 2850 кг вторсырья (пластиковые бутылки, алюминиевые банки, картон, железные крышки) [5].

Наконец, важным направлением для экологически устойчивого управления ивент-деятельностью является работа по компенсации выбросов, которая заключается в том, чтобы «возместить ущерб природе, нанесенный ей выхлопными газами» за время проведения мероприятия [16, 23]. Это может быть осуществлено несколькими способами. Первый способ подразумевает определение нанесенного ущерба (в том числе индивидуального) и его компенсацию путем восстановления местной флоры. Так, конференция TEDxSadovoeRing в Москве, запланированная на 1000 участников, направила средства на высадку зеленых саженцев, что, предположительно, должно полностью компенсировать углеродный след от этого мероприятия в течение 10 лет [5]. Такая практика, однако, вызывает ряд трудностей, связанных с выбором почвы, уходом и стимулированием роста посадок, поэтому часто ограничивается стадией высадки, пренебрегая уходом за посадками. Согласно второму способу предлагается вовсе исключить транспортные затраты, связанные с посещением мероприятий. Так, если человек находится достаточно далеко от локации мероприятия, имеет смысл рассмотреть возможности альтернативного формата его присутствия [24, 25]. Третий способ рассматривает переход с углеводородов на электроэнергию при разработке транспортной инфраструктуры [11].

Мы систематизировали предлагаемые в проанализированной литературе практики устойчивого подхода по четырем группам, в зависимости от управляемых объектов (табл. 1). Совокупное применение этих практик представляет собой идеализированную реализацию концепции ответственной ивент-деятельности. Однако внедрение даже некоторых элементов или их сочетания способно благоприятно сказаться на имидже организации и внести вклад в популяризацию «зеленых» практик в индивидуальном сознании горожан. В эту таблицу вошли только те практики, которые встречались в трех и более источниках, что может свидетельствовать об их эффективности и доступности к исполнению.

**Таблица 1.** Сводная таблица практических решений по устойчивому ивент-менеджменту

**Table 1.** Comparison table of practical solutions in sustainable event-management

Параметр Parameter	Управляемый объект Managed object	Элементы объекта Object elements	Реализация Implementation
Энергия Energy	Общее потребление Total consumption	Освещение, кондиционер, аудио- и видеотехника Lighting, air conditioning, audio and video equipment	<ul style="list-style-type: none"> <li>использование электронного оборудования по таймингу (не дольше необходимого), ручной человеческий контроль use of electronic equipment according to timing (no longer than necessary), manual human control;</li> <li>выбор помещения с хорошим естественным светом (окна) и циркуляцией воздуха (открытые пространства) с целью минимизировать использование кондиционеров и уменьшить срок работы осветительных приборов choose rooms with good natural light (windows) and air circulation (open spaces) to minimize the use of air conditioners and reduce the life of lighting fixtures;</li> <li>обучение персонала принципам сохранения энергии train staff on the principles of energy conservation</li> </ul>
	Замена технологий Technology replacement		<ul style="list-style-type: none"> <li>использование экологического оборудования (LED) use of environmental equipment;</li> <li>использование таймеров и датчиков движения для оптимизации времени работы оборудования use of timers and motion sensors to optimize equipment operation time</li> </ul>
Ресурсы Resources	Печать Printing	Программа, бейджи, раздаточные материалы Program, badges, handouts	<ul style="list-style-type: none"> <li>двусторонняя печать/two-sided printing;</li> <li>цифровизация, предоставление информации на цифровых носителях (в т. ч. информационных стендах) digitalization, provision of information on digital media (including information stands);</li> <li>привлечение мастеров hand-made для предоставления сувенирной или брендированной продукции involvement of hand-made craftsmen to provide souvenirs or branded products</li> </ul>
	Брендинг Брендинг	Баннеры, стенды, сувенирная продукция Banners, stands, souvenirs	<ul style="list-style-type: none"> <li>создание многофункциональных основ, которые можно трансформировать в зависимости от целей creation of multifunctional foundations that can be transformed depending on the goals;</li> <li>использование экологичных перерабатываемых материалов (водоразлагаемые, прорастающие и т. д.) use environmentally friendly recyclable materials (water-degradable, germinable, etc.)</li> </ul>

	Площадка Area	Декор, указатели, конструкции Decor, signs, designs	<ul style="list-style-type: none"> <li>совместное потребление, «шеринг» (передача в использование другим), аренда реквизита joint consumption, «sharing» (transfer to use by others), rent of props: <ul style="list-style-type: none"> <li>перепродажа элементов инфраструктуры/resale of infrastructure elements;</li> <li>использование постоянных или стандартизованных элементов инфраструктуры (сборные или постоянные конструкции) use of permanent or standardized infrastructure elements (prefabricated or permanent structures);</li> </ul> </li> <li>сотрудничество с организациями, готовыми принимать материалы для повторного использования cooperation with organizations that are ready to accept materials for reuse</li> </ul>
Отходы Waste	Пищевые Food	Фуршеты, обед, кофе-брейк Buffets, lunch, coffee break	<ul style="list-style-type: none"> <li>организация приготовления пищи «на месте», а не на заказ/organization of cooking «on the spot», not to order;</li> <li>организация фуршетов по принципу закрытой столовой, а не в индивидуальных пакетах/контейнерах organization of receptions on the principle of a closed dining room, and not in individual packages/containers;</li> <li>четкое планирование затрат по количеству участников clear cost planning according to the number of participants;</li> <li>реализация остатков пищи на благотворительной основе sale of leftover food on a charitable basis</li> </ul>
	Прочие Other	Одноразовая тара, материалы участников Disposable packaging, materials of participants	<ul style="list-style-type: none"> <li>сокращение питьевой тары путем предоставления точки розлива воды в индивидуальные емкости участников reduction of drinking containers by providing a filling point for water in individual containers of participants;</li> <li>замена пластиковой упаковки на бумажную replacing plastic packaging with paper;</li> <li>раздельный сбор мусора/separate waste collection;</li> <li>организация информационных стендов organization of information stands;</li> <li>организация «специального шоу» по сбору отходов organization of a «special show» for waste collection;</li> <li>мониторинг сбросов вредных веществ monitoring of discharges of harmful substances;</li> </ul>
Выбросы Emissions	Сокращение Reduction	Транспорт, оборудование Transport, equipment	<ul style="list-style-type: none"> <li>использование помещений рядом с местом проведения use the premises near the venue;</li> <li>организация единовременной доставки участников общественным транспортом organization of one-time delivery of participants by public transport;</li> <li>использование электротранспорта use of electric transport;</li> <li>организация возможностей дистанционного участия для посетителей издалека organizing remote participation opportunities for visitors from afar;</li> <li>сотрудничество с местными поставщиками cooperation with local suppliers</li> </ul>
	Компенсация Compensation		<ul style="list-style-type: none"> <li>лесопосадки (уравнительно-заместительные) forest plantations (equalization-replacement);</li> <li>синтез воды/water synthesis</li> </ul>

В настоящее время в зарубежной литературе проявляется достаточно бескомпромиссная концепция такого направления экологически устойчивого развития ивент-деятельности, которое подразумевает полный перенос мероприятий в онлайн-формат.



Этим способом, по мнению некоторых авторов, можно решить проблему управления отходами, а также минимизировать транспортные выбросы и в целом более рационально использовать ресурсы [20, 21, 26].

Общая цифровая трансформация привела к всплеску инноваций в ивент-индустрии, включая цифровые инструменты, что было дополнительно усилено массовым переходом мероприятий к онлайн-формату в период пандемии. Спектр этих инноваций широк: технологии виртуальной и дополненной реальности, интерактивные цифровые платформы для организации встреч, разработка цифровых двойников и т. д. Это может позволить достигнуть практически «нулевого» значения негативного воздействия от ивент-мероприятия, т. е. в полной мере достичь целей устойчивого управления [9, 25]. При этом возникает опасность того, что, хотя экологический аспект в значительной степени будет удовлетворен, социально-экономическая внешняя среда столкнется с крайне негативными последствиями для бизнеса и общества (снижение товарооборота, потеря рабочих мест). При таком подходе также значительно усугубится проблема энергоэффективности за счет увеличивающегося потребления энергии, необходимой для обеспечения быстрой и бесперебойной работы электронных систем. Решение проблемы углеродных выбросов путем увеличения доли электротранспорта на мероприятиях также усиливает энергопотребление. В этом отношении дополнительные исследования в области оценки указанной системы противовесов представляются необходимыми в целях поиска оптимальной траектории развития, т. к. концепция устойчивых ивент-мероприятий мало разработана в отечественной литературе и не так часто встречается на практике.

#### **Какие могут быть последствия или все хорошо в меру**

Сконцентрировавшись ранее на аспектах негативного воздействия ивент-деятельности на окружающую природную среду, мы тем самым оставили за пределами рассмотрения влияние ивентов на среду социально-экономическую. Если с точки зрения природной среды воздействие ивент-мероприятий негативно, то с точки зрения социально-экономической среды мы наблюдаем обратное. Принятие во внимание положительного эффекта является тем элементом «сдержек и противовесов», который позволяет отсечь неблагоприятные для функционирования социально-экономических систем варианты реализации устойчивых концепций. Рассмотрим эти ограничительные условия.

Во-первых, значительное ограничение на реализацию «повестки устойчивости» накладывают экономические факторы. Общественные мероприятия часто организуются местными властями в качестве способа стимулирования локальной экономики, улучшения социальной сплоченности, воспитания чувства принадлежности, что проявляется в следующих взаимосвязанных последствиях [3, 9, 12, 27]. Прежде всего мероприятия привлекают туристический поток, который оживляет субъекты городской инфраструктуры, стимулирует местную экономику и рабочие места. Как следствие, мероприятия создают положительный имидж, способствуют брендингу территории и повышают ее привлекательность, что перезапускает цикл. Таким образом, ивент-мероприятия играют важную роль в развитии городской инфраструктуры и экономическом развитии территории. Муниципалитеты потеряли бы значительный экономический источник дохода без поездок, связанных с посещением развлекательных и деловых мероприятий, которые часто сопровождаются размещением в гостинице, поездками на такси, посещением различных мест и т. д. Следовательно, мы делаем вывод, что те элементы комплекса инструментов устойчивого управления ивент-деятельностью, которые нарушают местную экономику, следует считать деструктивными практиками.

Во-вторых, следует также отметить положительные социально-управленческие эффекты ивент-деятельности, которые минимизируются при реализации подходов устойчивого управления [21, 27, 28]. Исследователи отмечают, что в большинстве случаев органы власти используют ивент-мероприятия для достижения целей привлечения внимания и связей с общественностью, а также для актуализации острых вопросов социально-экономического и политического характера [4]. При этом степень участия органов власти в управлении ивент-деятельностью варьируется в зависимости от размера и типа самого мероприятия и заинтересованности местных властей в сотрудничестве. Однако, в целом ивент-мероприятия представляют собой привлекательные площадки для кооперации интересов или своего рода «трибуны» для взаимодействия с обществом. Они также могут быть использованы в комплексе средств развития территории, т. к. они помогают создавать особую привлекательность, на основе которой выстраиваются узнаваемость и репутация территории (города, области, отдельного здания и т. д.).

В-третьих, ивент-деятельность связана со значимыми социокультурными эффектами. Формирование сильных, часто спонтанных, чувств единения, берущих начало из реакций участников на чувственные элементы мероприятия, составляют значительную часть процесса социализации [4, 21, 27, 29]. Более того, границы между мероприятием и его социальным контекстом в принципе могут быть размыты, потому что влияние и последствия ивент-мероприятия выходят за его временные и пространственные границы. Внешний контекст событийного опыта, который получает посетитель мероприятия, существует в сети межличностных и межорганизационных отношений, поскольку мероприятия связаны с двумя важными типами взаимодействия: между менеджерами и посетителями, между одним посетителем и другими посетителями мероприятия. Более того, за каждым мероприятием и его эмоционально-психологическим восприятием тянется длительный шлейф «постпроизводства», который включает обмен мнениями между участниками, изучение отзывов, комментариев и т. д. Иными словами, удовлетворение социальных потребностей, как и получение уникального эмоционального опыта, формируют длительное рефлексивное состояние, которое обуславливает лояльность посетителей, их готовность к дальнейшему посещению мероприятий и в некоторых случаях их конкретные действия. Поэтому изменение элементов мероприятия (например, их удаление или изменение в соответствии с принципами устойчивости) косвенно приводит и к изменению социального поведения.

В частности, наглядный пример продемонстрировала ситуация с дистанционными мероприятиями периода пандемии. Дистанцирование и изолирование участников в ряде случаев приводили к снижению степени доверия и, как следствие, к снижению чувства общности и сопричастности [30]. Однако в этот же период был получен и альтернативный опыт – так называемые «балконные представления» в Италии. При наличии той же самой физической изолированности людей друг от друга «балконные» мероприятия, наоборот, способствовали укреплению чувства единения, соучастия и ощущения совместного преодоления трудностей [29]. Следовательно, мы делаем вывод, что те элементы комплекса инструментов устойчивого управления ивент-деятельностью, которые нарушают социальные процессы на месте проведения мероприятия, следует считать деструктивными практиками и избегать их (или корректировать) при разработке устойчивого подхода к ивент-деятельности.

В табл. 2 кратко обобщены возможности и угрозы внедрения принципов устойчивости в ивент-деятельность с точки зрения ее взаимозависимости с ключевыми сферами общественной жизни.

**Таблица 2. Влияние принципов устойчивости в ивент-деятельность на другие сферы**  
**Table 2. Impact of sustainable development principles on events in relations to other spheres**

Сфера Sphere	Внедрение принципов устойчивого развития в ивент-деятельность Implementation of the principles of sustainable development in event activities	
	Возможности/Possibilities	Угрозы/Threats
Экологическая Ecological	Поддержание благосостояния окружающей природной и городской среды. Компенсация негативного антропогенного воздействия Maintaining the well-being of the natural and urban environment. Compensation for negative anthropogenic impact	Кратное увеличение потребления энергии. Несоразмерность положительного экологического эффекта от деятельности малого и среднего бизнеса по сравнению с негативными воздействиями производственных гигантов Multiple increase in energy consumption. Disproportionate environmental impact compared to manufacturing giants
Экономическая Economic	Актуализация комплекса маркетинга, социально ответственное брендинг и продвижение на актуальных темах современности. Новые возможности для партнерства Updating the marketing mix, socially responsible branding and promotion on topical issues of our time. New partnership opportunities	Нарушение поставок, увеличение издержек. Потеря рабочих мест. Затруднение логистики. Потеря контрагентов от малого бизнеса, проблемы местного рынка Supply disruption, increased costs. Job loss. Difficulty in logistics. Loss of contractors from small businesses, problems of the local market
Социокультурная Sociocultural	Возможности продвижения ценностей ответственного поведения и аналогичных. Формирование ответственных шаблонов поведения Opportunities to promote the values of responsible behavior and similar. Formation of responsible behavior patterns	Индифферентность социальных отношений. Разобщенность общества. Десоциализация Indifference of social relations. Society fragmentation. Desocialization
Гражданско-политическая Civil-political	Имиджевые выгоды. Выгоды социального управления в части повышения устойчивости. Новые возможности для государственно-частного партнерства Image benefits. Benefits of social management in terms of increasing resilience. New opportunities for public-private partnerships	Смена отношения к лидерам. Снижение доверия к праздничной деятельности как средству неформального обмена информацией Change of attitude towards leaders. Decreased confidence in festive activities as a means of informal exchange of information

Как видно из табл. 2, продолжающаяся дискуссия о вопросах устойчивости в ивент-деятельности связана с двойственностью подходов к ее рассмотрению в литературе. Один подход связан с краткосрочной перспективой (и концентрируется на выгодах организации); другой – с долгосрочной перспективой (и концентрируется на последствиях для всего местного сообщества и его различных сфер) [12, 28]. При этом в фокусе внимания находятся экономические выгоды, последствия и потенциальные возможности. Именно экономический двигатель лежит в основе поддержки или ее отсутствия при решении судьбы устойчивых практик в ивент-деятельности. Однако, как будет показано далее, социальный аспект является не менее важным, потенциально несущим в себе новые возможности.

С учетом указанных особенностей в табл. 3 кратко обобщены основные направления, в которых могут быть выработаны управленческие решения, позволяющие сохранить баланс между достижением принципов устойчивости и сохранением функционального состояния социально-экономических систем.

**Таблица 3. Основные направления деятельности по экологическому управлению мероприятием**

**Table 3. Main directions of activities in event environmental management**

Управление потреблением энергии Energy management	Управление отходами/Waste management
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Использование экологического оборудования Use of environmental equipment</li> <li>2. Использование контролирующего оборудования Use of monitoring equipment</li> <li>3. Использование открытых помещений Use of open spaces</li> <li>4. Обучение персонала принципам сокращения потребления Training of staff on the principles of consumption reduction</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Разработка системы внедрения принципов снижения, переработки и повторного использования в деятельность всех стейкхолдеров (организаторы, исполнители и участники, партнеры и контрагенты) Develop a system for implementing the principles of reduction, recycling and reuse in the activities of all stakeholders (organizers, performers and participants, partners and counterparties)</li> <li>2. Контроль использования материалов, которые не могут быть органически переработаны Reduce the use of materials that cannot be organically recycled</li> <li>3. Эколого-этическое просвещение стейкхолдеров, разработка правил поведения для участников Ecological and ethical education of stakeholders, development of rules of conduct for participants</li> </ol>
Управление выбросами/Emission management	Управление ресурсами/Resource management
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Оптимизация выбора места проведения Venue selection optimization</li> <li>1. Преобладание транспортных средств общественных над частным (при доставке участников на мероприятие и после него) Predominance of public over private vehicles (during the delivery of participants to the event and after it)</li> <li>2. Поиск новых мест проведения (например, на открытом воздухе) Search for new venues (for example, outdoors)</li> <li>3. Гибридизация онлайн и офлайн форматов мероприятий в тех случаях, когда это уместно Hybridization of event formats where appropriate</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Использование экологичных и перерабатываемых материалов, вторсырья Use eco-friendly and recyclable materials, use recycled materials</li> <li>2. Выбор поставщиков, которые поддерживают «зеленые» концепты Choose suppliers that support green concepts</li> <li>3. Сокращение печатной продукции Reducing printed matter</li> <li>4. Совместное потребление/Shared consumption</li> <li>5. Сотрудничество с организациями, готовыми принимать материалы для повторного использования в других сферах деятельности Collaborate with organizations willing to accept materials for reuse in other areas of activity</li> </ol>

Необходимо подчеркнуть, что ивент-деятельность положительно влияет на локальные сообщества и общество в целом. При этом реализация устойчивого подхода в значительной степени зависит от социальных и экономических факторов. В качестве влияния последних рассматривается совокупность последствий для местного сообщества, а также их синергетический вклад в реализацию устойчивой концепции. На наш взгляд, именно в особенностях двустороннего синергетического эффекта и проявляется специфика внедрения устойчивых практик в ивент-деятельность.

А.В. Лукина отмечает, что существующие механизмы внедрения устойчивых практик и стимулирование их исполнения включают, в основном, экономические и административные средства, которые «воздействуют исключительно на рациональные мотивы» стейкхолдеров и потому воспринимаются ими как «вынужденные, нежелательные, формально исполняемые» [30]. Это же отмечается и на обыденном уровне. Например, результаты опросов показывают, что население разделяет указанные взгляды на способы стимулирования экологической ответственности и внедрения принципов устойчивости. В частности, респондентами были выделены следующие средства воздействия (по мере предпочтения): привлечение к общественным работам (52 %), административные штрафы (37 %), контроль властей (28 %), личный пример и персональная ответственность (27 %) [31]. Как видно, личный пример не является у населения популярным инструментом повышения экологической осознанности. Личный пример сложен к исполнению и не всегда стимулирует других к действию, поскольку он единичен. Однако на более высоком уровне, при более широком охвате аудитории, он может быть эффективен. Именно с этой точки зрения ивент-мероприятия представляют острый интерес.

Особенности управления ивент-деятельностью с учетом влияния самих посетителей на конечный эффект, который они получают по итогам посещения мероприятия, связаны с положениями социальной психологии. Любая модель поведения организатора ивент-мероприятия (или другого участника ивент-деятельности, взаимодействующего с посетителями) способна повлиять на общий опыт, получаемый участниками. Более того, при достижении статуса экологической модели ивент-мероприятие может стать ключевой точкой распространения экологических практик, что позволит мотивировать общество к более ответственной жизнедеятельности и трансформации некоторых установок современной культуры потребления. С учетом того, что одной из целей реализации ивент-мероприятия является привлечение внимания общественности к компании-организатору, её продукции или философии, можно сказать, что такое экологическое брендинг способен вывести организацию на новый уровень как в общественном восприятии, так и в восприятии на рынке.

На этом основании мы можем сформулировать особенность внедрения принципов устойчивости в ивент-деятельность с точки зрения ее комплексного влияния на смежные социально-экономические сферы. Эта особенность заключается в том, что ивенты выступают не столько как объекты устойчивого управления, сколько как субъекты, способствующие распространению принципов устойчивости. С этой точки зрения ивент-мероприятия обладают достаточным потенциалом, поскольку воздействуют на иррациональные мотивы собравшегося сообщества (посетителей), за счет которых достигаются цели формирования той или иной идеи или стимулирования какого-либо поведения [2, 7]. Таким образом, ивент-мероприятия могут рассматриваться как коммуникационные посредники, демонстрирующие принципы устойчивости «в действии», на собственном наглядном примере (а не только в виде потока информации, агитационного или просветительского характера), а также осуществляющие целевое воздействие по распространению прагматической философии устойчивого подхода на посетителей.

### **Заключение**

По итогам проведенного анализа были решены следующие задачи:

1. Определены отрицательные аспекты влияния ивент-деятельности на внешнюю среду, под которой понимается комплекс условий, характеризующих городское пространство, в котором проводится ивент-мероприятие.

2. Выделены положительные аспекты влияния ивент-деятельности на местное социально-экономическое сообщество.

3. Проанализировано комплексное влияние ивент-деятельности на социально-экономическую среду в случае внедрения принципов устойчивости.

4. Выделены и систематизированы основные виды устойчивых практик, которые при применении в ивент-деятельности позволят соблюсти баланс между принципами устойчивости и благоприятным развитием социально-экономических систем.

5. Сформулирована специфика внедрения принципов устойчивости в событийную деятельность с точки зрения возможностей социального моделирования.

Систематизация и анализ информации в рамках каждой задачи позволили достигнуть поставленной цели: обобщить существующую практику управления ивент-деятельностью в соответствии с принципами устойчивого развития и определить ее особенности.

В заключение добавим, что внедрение устойчивых практик в ивент-деятельность представляет собой не только актуальное направление развития организации, но и дополнительную возможность для развития территории.

Однако подобные инновации необходимо реализовывать в гармонии с экологической, социально-экономической и социокультурной сферами. Посредством ивент-мероприятий, демонстрирующих модель устойчивого управления и ответственный социальный шаблон, могут быть реализованы общественно значимые цели в контексте парадигмы устойчивости, среди которых: экологизация различных сфер деятельности, экологизация образа жизни, содействие рациональному потреблению, формирование экологического сознания и др.

Что касается ограничений данного исследования, то следует отметить, что применение «зеленых» практик и степень их эффективности по отношению к окружающей среде (в части целесообразности экологического вклада организации в общий объем положительного и негативного воздействия по отношению к аналогичным организациям) и самим организаторам (в части имиджевой, социальной или экономической выгоды) сильно зависят от величины организации. Наш обобщающий анализ был направлен на разработку комплексной характеристики управленческой деятельности в данном направлении, поэтому вопрос изучения частных особенностей в различных сегментах бизнеса находился за пределами нашего исследования. В будущих работах по данной теме будет целесообразно изучить специфику внедрения принципов «зеленого» управления ивент-деятельностью применительно к малому, среднему и крупному бизнесу с точки зрения количественной (экономической и социальной) оценки для определения существенных различий для каждой из категорий.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Лоскутова А.И., Боронина Л.Н. Устойчивое развитие монопрофильной территории // Стратегии развития социальных общностей, институтов и территорий: материалы II Международн. науч.-практ. конф. Екатеринбург, 18–20 апреля 2016 г. В 2 т. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2016. – Т. 1. – С. 122–126.
2. Рыльская Е.Е. История, специфика и ключевые особенности event-маркетинга // Меридиан. – 2021. – № 5 (58). – С. 78–80.
3. Güneş E. Contributions of local festivals in the context of sustainable tourism // Journal of Tourism and Gastronomy Studies. – 2022. – № 10 (1). – P. 39–51.
4. Maguire K. An examination of the level of local authority sustainable planning for event management: a case study of Ireland // Journal of Sustainable Tourism. – 2020. – V. 29. – № 11–12. – P. 1850–1874.
5. Швеиц С. «Зеленое» мероприятие: ответственный подход // Экология и право. URL: <https://ecounion.ru/press/zelenoe-meropriyatie-otvetstvennyj-podhod> (дата обращения 01.05.2022).

6. Савостин Д.А., Земляная А.С. Применение концепции устойчивого развития в event-индустрии: тренды и идеи // Скиф. – 2020. – № 8 (48). – С. 168–171.
7. Амирова Д.Р., Храмова А.И. Event-маркетинг как инструмент продвижения экотуризма // Аллея науки. – 2018. – № 6. – С. 622–628.
8. Дорошенко В.В., Герейханова И.А. Проблемы и тенденции развития российского рынка event-индустрии // Актуальные направления научных исследований: перспективы развития: сборник материалов X Международной научно-практической конференции. – Чебоксары: Центр научного сотрудничества «Интерактив плюс», 2019. – С. 137–139.
9. Hagen D. Sustainable event management: new perspectives for the meeting industry through innovation and digitalisation? // *Innovations and Traditions for Sustainable Development*. – Cham: Springer, 2021. – P. 259–275.
10. Trisnayoni R.A., Astawa I.P., Utama I.K. Sustainable MICE event practices: an explorative study // *International Journal of Travel, Hospitality and Events*. – 2021. – № 1 (1). – P. 74–82.
11. Wee J., Mustapha N.A., Anas M.S. Characteristics of green event practices in MICE tourism: a systematic literature review // *Journal of Business and Social research*. – 2021. – № 11 (16). – P. 271–291.
12. Thu T.T., Dinh T.T. Sustainable tourism through green event perspectives in Danang City: challenges and solutions // *International Journal of Community Service & Engagement*. – 2022. – V. 3. – № 2. – P. 52–67.
13. «Зеленые» мероприятия: вызовы и возможности. URL: <https://roscongress.org/materials/zelyenyemeropriyatiya-vyzovuy-i-vozmozhnosti/> (дата обращения 01.05.2022).
14. «Цветных контейнеров недостаточно»: об экологии на ивентах не для галочки // Event-Live. URL: [https://event-live.ru/articles/mnenie/mnenie-1\\_816.html](https://event-live.ru/articles/mnenie/mnenie-1_816.html) (дата обращения 03.05.2022).
15. Байкова И.М., Кострюкова О.Н. Устойчивое развитие конгрессно-выставочной индустрии: новые тренды и экологическая безопасность // *Инновационные технологии и вопросы обеспечения безопасности реальной экономики: сборник научных трудов по итогам Всероссийской научно-практической конференции*. – СПб.: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2020. – С. 164–170.
16. Тихонова Т.Ю. Концепция устойчивого туризма (sustainable tourism) как фактор устойчивого развития (sustainable development) // *Вестник института мировых цивилизаций*. – 2017. – № 15-2. – С. 108–115.
17. Шатаева О.В. Мировая экономика и международные стандарты управления в системе экологического менеджмента // *Norwegian Journal of Development of the international science*. – 2019. – № 6-2 (31). – С. 24–26.
18. Махлюф А. Устойчивое развитие: факторы конкурентоспособности в индустрии туризма и гостеприимства // *Экономика устойчивого развития*. – 2019. – № 1 (37). – С. 203–206.
19. Qing L. Green practices of organizational event-management // *Qualitative and quantitative research review*. – 2020. – № 3 (15). – P. 1–10.
20. Tölkes C., Butzmann E. Motivating pro-sustainable behavior: the potential of green events – a case-study from the Munich Streetlife Festival // *Sustainability*. – 2018. – № 10 (10). – P. 37–51.
21. Hizmi S., Wijaya S.R. The role of quality human capital and planning strategies in achieving event sustainability in Lombok // *Journal of Mandalika Review*. – 2022. – V. 1. – № 1. – P. 1–9.
22. Амирова Н.Р., Саргина Л.В., Фролова А.С. Развитие экологического тренда на современном рынке товаров и услуг // *ЦИТИСЭ*. – 2019. – № 5 (22). – С. 277–291. DOI: 10.15350/24097616.2019.5.25.
23. Яськова Н.Ю. Ивент-девелопмент: уроки будущего (по материалам Всемирной выставки Expo 2020 в Дубае) // *Недвижимость: экономика, управление*. – 2021. – № 4. – С. 23–28.
24. Green event practices: understanding the adaptation of event organisers through a systematic review / A. Ramely, M.F.A. Talib, J.Z.R.R.R. Radha, M.F. Mokhtar // *Malaysian Journal of Sustainable Environment*. – 2022. – № 1 (9). – P. 119–140.
25. Карпова М.К., Куренева А.А. Организация специальных мероприятий в онлайн-формате: возможности социального взаимодействия // *Наука. Общество. Государство*. – 2020. – № 4 (32). – С. 195–202.
26. Перелет Р.А. Экологические аспекты цифровой экономики // *Мир новой экономики*. – 2018. – № 4 (18). – С. 39–45.
27. Mair J., Weber K. Event and festival research: a review and research directions // *International Journal of Event and festival Management*. – 2019. – V. 10. – № 3. – P. 209–216.
28. Wickham M., Donnelly T., French L. Strategic sustainability management in the event sector // *Event Management*. – 2021. – № 3 (25). – P. 279–296.
29. Antchak V., Gorchakova V., Rosetti G. The value of events in times of uncertainty: insights from balcony performances in Italy during the COVID-19 lockdown // *Annals of Leisure Research*. – 2022. – P. 1–18. DOI: 10.1080/11745398.2022.2046117.

30. Земляная А.С., Савостин Д.А. Эмпирическое исследование мероприятий как инструмента продвижения в контексте пандемии // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2020. – № 7 (65). – С. 84–87. DOI: 10.4411/2411-0450-2020-10597.
31. Лукина А.В. Механизм экологического маркетинга в управлении устойчивым развитием регионов на основе оценки социо-эколого-экономических показателей: автореф. дис. ... д-ра экон. наук. – Москва, 2018. – 48 с.
32. Наумова А.В. Экология и мы // Отдел культуры, туризма, спорта и молодежной политики администрации Сусанинского района. URL: <https://ok-susanino.kst.muzkult.ru/news/10859464> (дата обращения 29.12.2022).

*Поступила: 22.01.2023.*

*Принята после рецензирования: 24.03.2023.*



UDC 394.48:659.44:659.1

**EVENT-MANAGEMENT IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT:  
GENERALIZATION OF PRACTICE FROM DIFFERENT COUNTRIES**

**Victoria A. Shelginskaya<sup>1</sup>,**  
victoria.shelg@yandex.ru  
ORCID: 0000-0002-5075-5984

**Ivan A. Tyabotov<sup>2</sup>,**  
ief.pro@m.ursmu.ru

<sup>1</sup>Ural Institute of Management – branch of Russian Presidential Academy  
of National Economy and Public Administration,  
66, 8 Marta street, Yekaterinburg, 620144, Russia

<sup>2</sup>Ural State Mining University,  
30, Kuibyshev street, Yekaterinburg, 620144, Russia

**Victoria A. Shelginskaya**, post-graduate student, Ural Institute of Management – branch of Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration.

**Ivan A. Tyabotov**, Cand. Sc., professor, Ural State Mining University.

*Sustainable approach to management is increasingly raised in various fields of business. In recent years, these include the field of events, in which decision-making is complicated by the peculiarities of its intersectoral nature and the lack of a developed theoretical and methodological basis that would serve as the foundation for the balanced implementation of sustainable decisions. **The relevance** of the topic is caused by the need to systematize theoretical and practical knowledge about the implementation of sustainability principles in event activities in order to comprehensively assess their potential impact on interconnected industries. **The purpose** is to summarize the existing practice of managing events in accordance with the principles of sustainable development and to determine its specifics. **Methods** include system analysis and theoretical generalization of the results of theoretical and scientific-practical research. **The results** of the analysis are as follows. Firstly, the manifestations of the negative impact of event activities on the external environment and the positive impact on the local socio-economic community are identified and summarized. Secondly, the complex impact of event activities on environment is analyzed and characterized as a consequence of the introduction of sustainability principles. Thirdly, the main types of sustainable practices are identified and systematized, which will help to strike a balance between the principles of sustainability and the favorable development of management system. Fourthly, the specifics of implementing the principles of sustainability in events are formulated from the point of view of the possibilities of social modeling. **In conclusion**, it is emphasized that the qualitative result of the introduction of sustainable practices depends on an integrated approach to management, accounting the synergistic impact of the natural, economic and social spheres. Given the specifics of events, the latter has opportunities to promote the principles of sustainability in relation to other areas using social modeling methods.*

**Key words:** project management, social technologies, responsible consumption, economic sustainability, social management, ecology, ecological consciousness, social policy, festival.

**REFERENCES**

1. Loskutova A.I., Boronina L.N. Ustoychivoe razvitie monoprotivnoy territorii [Sustainable development of single-industry territories]. *Materialy II Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii. Strategii razvitiya sotsialnykh obshchnostey, institutov i territorii. T. I* [Strategies for the development of social communities, institutions and territories. Materials of the II International Scientific and Practical Conference. Vol. 1]. Ekaterinburg, 2016. Vol. 1, pp. 122–126.

2. Rylskaya E.E. Istoriya, spetsifika i klyuchevye osobennosti event-marketinga [History, specificity and key features of event-marketing]. *Meridian*, 2021, no. 5 (58), pp. 78–80.
3. Güneş E. Contributions of local festivals in the context of sustainable tourism. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2022, no. 10 (1), pp. 39–51.
4. Maguire K. An examination of the level of local authority sustainable planning for event management: a case study of Ireland. *Journal of Sustainable Tourism*, 2020, vol. 29, no. 11–12, pp. 1850–1874.
5. Shvets S. «Zelenoe» meropriyatie: otvetstvennyy podkhod [Green event: the responsible approach]. *Ekologiya i pravo*. Available at: <https://ecounion.ru/press/zelenoe-meropriyatie-otvetstvennyj-podhod> (accessed 1 May 2022).
6. Savostin D.A., Zemlyanaya A.S. Primenenie kontseptsii ustoychivogo razvitiya v event-industrii: trendy i idei [Application of the concept of sustainable development in the event industry: trends and ideas]. *Skif*, 2020, no. 8 (48), pp. 168–171.
7. Amirova D.R., Khramova A.I. Event-marketing kak instrument prodvizheniya ekoturizma [Event-marketing as a tool for eco-tourism promotion]. *Alleya nauki*, 2018, no. 6, pp. 622–628.
8. Doroshenko V.V., Gereykanova I.A. Problemy i tendentsii razvitiya rossiyskogo rynka event-industrii [Problems and trends in the development of the Russian market of the event industry]. *Sbornik materialov X Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii. Aktualnye napravleniya nauchnykh issledovaniy: perspektivy razvitiya* [Collection of the materials of the X International scientific-practical conference. Actual directions of scientific research: development prospects]. Cheboksary, Tsentr nauchnogo sotrudnichestva «Interaktiv plyus» Publ., 2019. pp. 137–139.
9. Hagen D. Sustainable event management: new perspectives for the meeting industry through innovation and digitalisation? *Innovations and Traditions for Sustainable Development*. Cham, Springer, 2021. pp. 259–275.
10. Trisnayoni R.A., Astawa I.P., Sutama I.K. Sustainable MICE event practices: an explorative study. *International Journal of Travel, Hospitality and Events*, 2021, no. 1 (1), pp. 74–82.
11. Wee J., Mustapha N.A., Anas M.S. Characteristics of green event practices in MICE Tourism: a systematic literature review. *Journal of Business and Social research*, 2021, no. 11 (16), pp. 271–291.
12. Thu T.T., Dinh T.T. Sustainable tourism through green event perspectives in Danang City: challenges and solutions. *International Journal of Community Service & Engagement*, 2022, vol. 3, no. 2, pp. 52–67.
13. «Zelenye» meropriyatiya: vyzovy i vozmozhnosti [Green events: challenges and opportunities]. Available at: <https://roscongress.org/materials/zelyenye-meropriyatiya-vyzovy-i-vozmozhnosti/> (accessed 1 May 2022).
14. «Tsvetnykh konteynerov nedostatochno»: ob ekologii na iventakh ne dlya galochki [«Colored containers are not enough»: about ecology at events not for show]. *Event-Live*. Available at: [https://event-live.ru/articles/mnenie/mnenie-1\\_816.html](https://event-live.ru/articles/mnenie/mnenie-1_816.html) (accessed 3 May 2022).
15. Baykova I.M., Kostryukova O.N. Ustoychivoe razvitie kongressno-vystavochnoy industrii: novye trendy i ekologicheskaya bezopasnost [Sustainable development of the congress and exhibition industry: new trends and environmental safety]. *Sbornik nauchnykh trudov po itogam Vserossiyskoy nauchno-prakticheskoy konferentsii. Innovatsionnye tekhnologii i voprosy obespecheniya bezopasnosti realnoy ekonomiki* [Innovative technologies and issues of ensuring the security of the real economy: Collection of scientific papers based on the results of the All-Russian Scientific and Practical Conference]. Saint Petersburg, St-Petersburg State Economic University Press, 2020. pp. 164–170.
16. Tikhonova T.Yu. Kontsepsiya ustoychivogo turizma (sustainable tourism) kak faktor ustoychivogo razvitiya (sustainable development) [The concept of sustainable tourism as a factor in sustainable development]. *Vestnik instituta mirovykh tsivilizatsiy*, 2017, no. 15-2, pp. 108–115.
17. Shataeva O.V. Mirovaya ekonomika i mezhdunarodnye standarty upravleniya v sisteme ekologicheskogo menedzhmenta [World economy and international management standards in the environmental management system]. *Norwegian Journal of Development of the international science*, 2019, no. 6-2 (31), pp. 24–26.
18. Makhlyuf A. Ustoychivoe razvitie: faktory konkurentosposobnosti v industrii turizma i gostepriimstva [Sustainability: factors of competitiveness in the tourism and hospitality industry]. *Ekonomika ustoychivogo razvitiya*, 2019, no. 1 (37), pp. 203–206.
19. Qing L. Green practices or organizational event-management. *Qualitative and quantitative research review*, 2020, no. 3 (15), pp. 1–10.
20. Tölkes C., Butzmann E. Motivating pro-sustainable behavior: the potential of green events – a case-study from the Munich Streetlife Festival. *Sustainability*, 2018, no. 10 (10), pp. 37–51.
21. Hizmi S., Wijaya S.R. The role of quality human capital and planning strategies in achieving event sustainability in Lombok. *Journal of Mandalika Review*, 2022, vol. 1, no. 1, pp. 1–9.
22. Amirova N.R., Sargina L.V., Frolova A.S. Development of the ecological trend in the modern market of goods and services. *CITISE*, 2019, no. 5, pp. 277–291. In Rus. DOI: <http://doi.org/10.15350/24097616.019.5.25>.
23. Yaskova N.Yu. Ivent-development: uroki budushchego (po materialam Vsemirnoy vystavki Expo 2020 v Dubae) [Event development: lessons from the future (based on the materials of the World Expo 2020 in Dubai)]. *Nedvizhimost: ekonomika, upravlenie*, 2021, no. 4, pp. 23–28.

24. Ramey A., Talib M.F.A., Radha J.Z.R.R.R., Mokhtar M.F. Green event practices: understanding the adaptation of event organisers through a systematic review. *Malaysian Journal of Sustainable Environment*, 2022, no. 1 (9), pp. 119–140.
25. Karpova M.K., Kureneva A.A. Organizatsiya spetsialnykh meropriyatiy v onlayn-formate: vozmozhnosti sotsialnogo vzaimodeystviya [Organizing special events online: opportunities for social interaction]. *Nauka. Obshchestvo. Gosudarstvo*, 2020, no. 4 (32), pp. 195–202.
26. Perelet R.A. Ekologicheskie aspekty tsifrovoy ekonomiki [Ecological aspects of digital economy]. *Mir no-voy ekonomiki*, 2018, no. 4 (18), pp. 39–45.
27. Mair J., Weber K. Event and festival research: a review and research directions. *International Journal of Event and Festival Management*, 2019, vol. 10, no. 3, pp. 209–216.
28. Wickham M., Donnelly T., French L. Strategic sustainability management in the event sector. *Event Management*, 2021, no. 3 (25), pp. 279–296.
29. Antchak V., Gorchakova V., Rosetti G. The value of events in times of uncertainty: insights from balcony performances in Italy during the COVID-19 lockdown. *Annals of Leisure Research*, 2022, pp. 1–18. DOI:10.1080/11745398.2022.2046117.
30. Zemlyanaya A.S., Savostin D.A. Empiricheskoe issledovanie meropriyatiy kak instrumenta prodvizheniya v kontekste pandemii [An empirical study of events as a tool for promotion in the context of a pandemic]. *Ekonomika i biznes: teoriya i praktika*, 2020, no. 7 (65), pp. 84–87. DOI: 10.4411/2411-0450-2020-10597.
31. Lukina A.V. *Mekhanizm ekologicheskogo marketinga v upravlenii ustoychivym razvitiem regionov na osnove otsenki sotsio-ekologo-ekonomicheskikh pokazateley*. Avtoreferat Dis. Dokt. nauk [The mechanism of ecological marketing in the management of sustainable development of regions based on the assessment of socio-ecological and economic indicators. Dr. Diss. Abstract]. Moscow, 2018. 48 p.
32. Naumova A.V. *Ekologiya i my* [Ecology and us]. *Otdel kulturny, turizma, sporta i molodezhnoy politiki administratsii Susaninskogo rayona*. Available at: <https://ok-susanino.kst.muzkult.ru/news/10859464> (accessed 29 December 2022).

*Received: 22 January 2023.*

*Reviewed: 24 March 2023.*