

РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ МАССОВЫХ СОБЫТИЙНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ FASHION-ИНДУСТРИИ (НА ПРИМЕРЕ FASHIONWEEK)

П.В. Пьяных¹, В.М. Дедок²

¹⁾ *Белорусский государственный университет, пр.Независимости 4, 220030, г.Минск,
Беларусь palinapyanykh@gmail.com*

²⁾ *Белорусский государственный университет, пр.Независимости 4, 220030, г.Минск,
Беларусь viktorija_dedok@yahoo.com*

Сегодня fashion-индустрия предлагает широкие возможности по проведению массовых событийных мероприятий, ключевым из которых является проведение FashionWeek (Недели моды). В статье рассматривается роль и значение организации и проведения Недели моды на примере четырех основных модных столиц – г.Лондон, г.Нью-Йорк, г.Париж, г.Милан. В статье сделан акцент на рассмотрение аспектов экономического и экологического влияния FashionWeek на города и страны проведения; обозначены особенности организации FashionWeek в условиях пандемии COVID-19; сделан вывод о роли и значении Недели моды как ключевого события индустрии моды.

Ключевые слова: массовые событийные мероприятия; индустрия моды; Неделя моды; fashion-индустрия; FashionWeek.

ROLE AND SIGNIFICANCE OF MASS EVENTS IN THE FASHION INDUSTRY - THE CASE OF FASHIONWEEK

P.V. Pyanykh^a, V. M. Dedok^b

^{a)} *Belarusian State University, Niezaliežnasci Avenue, 4, 220030, Minsk, Republic of Belarus*

^{b)} *Belarusian State University, Niezaliežnasci Avenue, 4, 220030, Minsk, Republic of Belarus*
Corresponding author: P.V. Pyanykh (palinapyanykh@gmail.com)

Today, the fashion industry provides multiple of opportunities for holding mass events, of which the Fashion Week is one of the most important. The paper examines the role and significance the Fashion Week event in four global fashion capitals – London, New York, Paris and Milan. We consider the economic and environmental impacts of Fashion Week in these cities and nation-wide, and the accommodations to the staging of the Fashion Week in light of COVID-19 pandemic. We complete by offering several conclusions regarding the role and significance of Fashion Week as a key event in the fashion industry.

Key words: mass events; Fashion industry; Fashion Week.

Индустрия моды является одной из самых крупных экономических секторов, вклад которого в мировую экономику составляет 2,5 трлн. долл. США [1]. Однако, для многих стран индустрия моды не просто сфера производства, но также часть национальной истории и культуры, бренд страны и отдельного города.

Массовые событийные мероприятия в fashion-индустрии включают модные показы, fashion презентации, инсталляции, мастер-классы, выставки, ярмарки и др. Самым масштабным мероприятием в индустрии моды является Неделя моды. Самые крупные Недели моды проходят в г.Нью-Йорке, г.Лондоне, г.Париже, г.Милане. Ежегодно Неделю моды посещает от 30-150 тыс.чел. Сетка расписания построена таким образом, чтобы гости показов, кастинг директора, модели и другие заинтересованные лица могли посетить все четыре основные Недели моды.

Неделя моды – это общее название периода, который в среднем длится 5-10 дней и который характеризуется высокой плотностью модных мероприятий, в первую очередь показов. Проведение Недели моды обычно ассоциируется с показами женской одежды, проводимые дважды в год (сезон весна-лето и осень-зима). Однако спектр мероприятий гораздо шире и включает также мероприятия в рамках мужской Недели моды, Недели высокой моды в г. Париж, показы resort-коллекций, Неделя свадебной моды.

Высоко значение проведения Недели моды для городской экономики. Положительное влияние на экономику оказывается благодаря тому, что в период проведения и организации Недели моды активизируется также другие сектора экономики. Так, по оценкам профессионального портала о моде «FashionUnited» только за один сезон доход от проведения Недели моды в четырех основных модных городах в совокупности составил почти 1 млрд. евро. Ключевыми доходобразующими элементами является аренда помещений для проведения модных мероприятий (30%), сфера общественного питания (26,5%), гостиничный сектор (19,5%), розничная торговля (24%) (таблица). К слову, активизация других экономических секторов стимулирует рост налоговых отчислений, прежде всего за счет налога на добавленную стоимость. Так, в период проведения Недели моды налоговые отчисления оставляли от 10-25% общего дохода.

За счет увеличения туристического потока в период проведения Недели моды наблюдается рост загрузки отелей. Так, в период проведения Недели моды в 2017 г. в г. Милан отмечалось средний уровень загрузки на уровне 87%, наиболее высокий в первые два дня Недели моды – 90% [6]. Средние расходы на одного гостя в среднем

составляют две тысячи евро. В среднем 2/3 расходов приходится на проживание в отеле и питание, остальная часть приходится на розничную торговлю.

Таблица 1 – Доходы от проведения Недели моды в разных городах по категориям, сезон осень/зима 2017 г.

Категория	Город проведения			
	Лондон	Нью-Йорк	Париж	Милан
Общий доход от проведения, млн. евро	278	540	64,5	64
из них:				
- городские налоги, млн. евро	44	61,5	11,5	15,5
Аренда помещений, млн. евро	88,4	179,8	10	7
Сфера общественного питания, млн. евро	76,2	133,5	18,5	22
Розничная торговля, млн. евро	68,3	107,8	25,5	26
Гостиничный сектор, млн. евро	45,1	119,6	10,5	9
Средний расход на одного гостя, евро	1806	2404	1823	1902

Примечание – Источник: составлено автором по данным [2; 3; 4; 5]

В настоящее время в индустрии моды на всей цепочке производства и распределения занято порядка 60 млн. человек. Организация и проведение Недели моды требует привлечения большого числа специалистов как из индустрии моды, так и из других сфер. Таким образом, проведение Недели моды способствует повышению занятости населения и увеличению налоговых поступлений (подходного налога и других отчислений).

Проведение Недели моды также оказывает значительное влияние на экологию. Известно, что индустрия моды является крупнейшим потребителем сырья, энергии и воды. Кроме того, проведение Недели моды несколько раз в год обуславливает быструю смену тенденций в моде, производство новых коллекций и более сильное потребление. Однако стоит сказать, что в некоторые компании (подписали соглашение «GlobalFashionAgenda 2020» об устойчивой моде и рационализации производства [7]).

Другой серьезной экологической проблемой является то, что в период проведения Недели моды профессионалы индустрии, гости мероприятий, стилисты, фотографы, кастинг директора, модели вынуждены перемещаться между четырьмя модными столицами. Согласно отчету ORDRE [8] ежегодная эмиссия углекислого газа в период проведения Недели моды составляет 241 тыс. тонн CO₂.

Согласно отчетам McKinsey «TheStateofFashion 2020» в 2020 г. в индустрии моды будет наблюдаться падение в 20-30% по сравнению с 2019 г. и рост в 2-3% в 2021 г.[9]. Ключевой фактор такой тенденции – пандемия COVID-19. В таких условиях для проведения Недели моды был выбран новый формат «phygital» («physical» + «digital») – трансляция показов в цифровом формате. Так, Миланская Неделя моды в 2020 г. проходила в трех форматах: цифровом (Missoni, Dsquared2, Genny, PhilippPlein, MarcodeVincenzo и ErmannoScervino), физическом (Fendi, AlbertaFerretti, N°21, Prada, MaxMara, Etro, Boss, Tod's, SalvatoreFerragamo) и комбинированном «phygital» (Marni, Versace, Fendi, Dolce&Gabbana, MaxMara, GiorgioArmani).

Таким образом, массовые событийные мероприятия играют большую роль для городской экономики. Проведение Недели моды активизирует многочисленные сектора экономики, тем самым вызывая мультипликативный эффект и создает благоприятную среду для развития многих сфер деятельности одновременно. Однако, учитывая последствия пандемии COVID-19, развития электронной торговли, рационализации производства и потребления, значение Недели моды в последующие годы может сократиться. Несмотря на это, Неделя моды как событие остается краеугольным камнем в индустрии моды, обладает высокой туристической привлекательностью и формирует национальный и городской имидж.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. The economic impact of the Fashion Industry [Electronic resource]. – Mode of access: https://www.jec.senate.gov/public/_cache/files/39201d61-aec8-4458-80e8-2fe26ee8a31e/economic-impact-of-the-fashion-industry.pdf. – Date of access: 03.10.2020.
2. Money-Makers: What London earns from London Fashion Week [Electronic resource] // FashionUnited. – Mode of access: <https://fashionunited.com/news/fashion/money-makers-what-london-earns-from-london-fashion-week/2017021514711>. – Date of access: 03.10.2020.
3. Money-Makers: What Milan earns from Milan Fashion Week [Electronic resource] // FashionUnited. – Mode of access: <https://fashionunited.com/news/fashion/money-makers-what-milan-earns-from-milan-fashion-week/2017022214786>. – Date of access: 03.10.2020.
4. Money-Makers: What New York earns from New York Fashion Week [Electronic resource] // FashionUnited. – Mode of access: <https://fashionunited.com/executive/management/money-makers-what-new-york-earns-from-new-york-fashion-week/2017020814621>. – Date of access: 03.10.2020.
5. Money-Makers: What Paris earns from Paris Fashion Week [Electronic resource] // FashionUnited. – Mode of access: <https://fashionunited.com/news/fashion/money-makers-what-paris-earns-from-paris-fashion-week/2017022814875>. – Date of access: 03.10.2020.
6. The economic contribution of Milan Fashion Week to tourism [Electronic resource]. – Mode of access: <https://worldshoppingtourism.com/en/the-economic->

contribution-of-milan-fashion-week-to-tourism/#:~:text=On%20the%20occasion%20of%20Milan,of%20fashion%20shows%20(90%25)..– Date of access: 03.10.2020.

7. Global Fashion Agenda [Electronic resource] // British Fashion Council. – Mode of access: <https://www2.globalfashionagenda.com/ceo-agenda-2019/#>.– Date of access: 03.10.2020.

8. Zero to Market [Electronic resource] // ORDRE. – Mode of access: <https://www.ordre.com/en/static/pdf/ZeroToMarket.pdf>. – Date of access: 03.10.2020.

9. The State of Fashion 2020 Coronavirus Update [Electronic resource] // McKinsey. – Mode of access: <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/industries/retail/our%20insights/its%20time%20to%20rewire%20the%20fashion%20system%20state%20of%20fashion%20coronavirus%20update/the-state-of-fashion-2020-coronavirus-update-final.pdf>. – Date of access: 03.10.2020.

СТРУКТУРА И ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ МИРОВОЙ СПА-ИНДУСТРИИ

А.Н. Решетникова

*Белорусский государственный университет,
пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь, anbsu@mail.ru*

Статья отражает результаты исследования актуальных вопросов функционирования динамично развивающейся мировой спа-индустрии, роль и социально-экономические функции которой приобретают особое значение в современном мире. Представлен анализ современных факторов развития спа-индустрии, основных статистических показателей, раскрываются основные закономерности функциональной структуры, географии и динамики развития спа-индустрии в разрезе макрорегионов мира. Определены основные тенденции развития мировой спа-индустрии на современном этапе.

Ключевые слова: спа-индустрия; велнес; оздоровление; однодневные спа; спа-курорт; спа-туризм.

THE STRUCTURE AND TRENDS IN THE GLOBAL SPA INDUSTRY

A. Reshetnikova

*Belarusian state University,
Independence Ave., 4, 220030, Minsk, Belarus; anbsu@mail.ru*

The paper is based on a review of topical issues in the functioning of the global Spa industry, a highly dynamic sector of the tourism economy that fulfills a number of socio-economic functions of progressive importance in the modern world. We analyse the key drivers of the spa industry's development, the statistical indicators of its performance, the