

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

На правах рукописи

КОНЮШЕНКО ДМИТРИЙ СЕРГЕЕВИЧ

**РАЗВИТИЕ ЭКСПОРТА КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНЫХ УСЛУГ В
СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

Специальность 5.2.3- Региональная и отраслевая экономика
(экономика сферы услуг)

ДИССЕРТАЦИЯ
на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Научный руководитель –
Доктор экономических наук,
профессор Карпова Галина Алексеевна

Санкт-Петербург
2025

Оглавление

Введение.....	3
Глава 1. Теоретические основы экспорта услуг в современных экономических условиях	11
1.1. Понятие и сущность экспорта услуг	11
1.2. Социально-экономические особенности экспорта конгрессно-выставочных услуг в современных условиях	23
1.3. Классификация экспорта конгрессно-выставочных услуг.....	46
Глава 2. Современные тенденции и оценка уровня развития экспорта конгрессно-выставочных услуг в России	58
2.1. Предпосылки для развития экспорта конгрессно-выставочных услуг.....	58
2.2 Перспективы развития экспорта российских конгрессно-выставочных услуг в СНГ	68
2.3 Обоснование необходимости создания реестра конгрессно-выставочных мероприятий в контексте роста экспорта услуг	80
Глава 3. Методические подходы к формированию структуры проектного офиса по экспорту конгрессно-выставочных услуг и его экономическое обоснование	94
3.1. Алгоритм создания проектного офиса по экспорту конгрессно-выставочных услуг	94
3.2. Оценка ресурсной составляющей создания проектного офиса по экспорту конгрессно-выставочных услуг	119
Заключение.....	133
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	138
ПРИЛОЖЕНИЯ	156

Введение

Актуальность темы диссертационного исследования. В условиях трансформации экономики, усиления процессов глобализации и цифровизации особое значение приобретает экспорт услуг, как стратегическое направление внешнеэкономического роста. Одним из перспективных и при этом до настоящего времени недостаточно изученных направлений экспорта является экспорт в условиях реализации конгрессно-выставочных услуг. Он объединяет в себе экономические, коммуникационные, имиджевые и маркетинговые функции, оказывает комплексное влияние на развитие территорий, даёт возможность продвигать отечественные товары и технологии, а также привлекать инвестиции в различные сферы экономической деятельности.

Конгрессно-выставочные услуги являются инструментом не только внутриотраслевого развития, но и внешнеэкономического позиционирования. В этих условиях возрастает необходимость научного понимания роли конгрессно-выставочной деятельности как экспортного ресурса, выработки понятийного аппарата, классификационных подходов и организационно-экономического механизма стимулирования экспортной деятельности в России.

Дополнительную значимость проблеме придаёт международная конкуренция на рынке конгрессно-выставочных услуг, где лидирующие позиции занимают страны, обладающие не только развитой инфраструктурой, но и институциональной поддержкой индустрии конгрессов и выставок как экспортного сектора.

В связи с вышесказанным, необходимо сделать вывод, что совершенствование экспорта конгрессно-выставочных услуг Российской Федерации является актуальным в настоящее время и требует комплексное научное исследование, которое будет способствовать решению ключевых задач экономики, укреплению международного имиджа государства, а также развитию конгрессно-выставочной отрасли.

Степень разработанности научной проблемы. Проблематика экспорта услуг рассматривается в отечественных и зарубежных трудах в контексте поиска и определения ключевых инструментов внешнеэкономической деятельности государства. Вопросы развития экспортного потенциала, в том числе в сфере туризма, образования, информационных технологий, занимают важное место среди российских и зарубежных исследователей. К числу иностранных ученых можно отнести М. Вайда-Личи, Х.Гао, З.Дедаж, С. Денковска, П. Кава, В. Колер, М. Фаут, К. Фиджорек, В.Цзян, Б.Юнг. Ключевыми российскими учеными являются: М.В. Волошинова, И.Г. Головцова, Г.А. Карпова, А.Ю. Кононов, Т.А. Лаврова, А.М. Малинин, Е.В. Песоцкая, В.С. Чекалин, А.В. Шраер.

Отдельные аспекты конгрессно-выставочной деятельности, а именно её влияние на развитие регионов, инфраструктуры и формирования бренда территорий – нашли отражение в трудах И.Г. Бычкова, М.К. Измайлова, Д.А. Карпова, О.Н. Кострюковой, Е.В. Кузнецовой, О.А. Максимовской, Я.В. Шокола, Л.В. Хоревой.

В исследованиях конгрессно-выставочные услуги рассматриваются как часть сферы делового или событийного туризма, при этом роль конгрессов, выставок и форумов в формировании экспортной выручки, имиджевого потенциала государства представлены в научной среде фрагментарно. В научной литературе отсутствует системный подход к анализу экспортной деятельности в сфере конгрессно-выставочных услуг.

Вместе с тем в настоящее время особенно актуально изучение экспорта конгрессно-выставочных услуг. Для этого потребуется раскрыть определение «экспорт конгрессно-выставочных услуг», разработать критерии классификации конгрессно-выставочных услуг с точки зрения экспорта, а также сформировать аналитические и управленческие инструменты сопровождения экспорта услуг по организации и проведению конгрессов, выставок или форумов, что предопределяет необходимость углубленного

изучения данной проблематики и обуславливает выбор темы диссертационного исследования, а также определяет его цель и задачи.

Цель диссертационного исследования заключается в разработке организационно-экономического механизма экспорта конгрессно-выставочных услуг с использованием потенциала проектного офиса по сопровождению экспортно-ориентированных мероприятий в условиях ведения внешнеэкономической деятельности.

В соответствии с поставленной целью сформулированы **следующие задачи:**

- провести анализ теоретических подходов и уточнить понятийный аппарат, связанный с экспортом конгрессно-выставочных услуг, в том числе предложить расширенное определение понятия «экспорт конгрессно-выставочных услуг»;

- разработать критерии для классификации конгрессно-выставочных услуг с точки зрения экспорта, отражающие современные тенденции на рынке услуг;

- предложить алгоритм формирования реестра конгрессно-выставочных мероприятий с динамическими параметрами для аналитического сопровождения отраслевой экспортной активности;

- предложить концепцию проектного офиса по экспорту конгрессно-выставочных услуг;

- обосновать организационно-экономический механизм функционирования проектного офиса по экспорту конгрессно-выставочных услуг.

Объектом исследования выступает рынок конгрессно-выставочных услуг Российской Федерации, осуществляющий или планирующий экспортную деятельность.

Предметом исследования являются организационно-экономические условия и механизмы формирования и развития методов поддержки экспорта

конгрессно-выставочных услуг РФ на пространстве государств-участников СНГ.

Теоретическую основу работы составили труды отечественных и зарубежных ученых в области экспорта услуг, международной торговли услугами, конгрессно-выставочной деятельности, регионального развития и институционального анализа, в том числе источники статистических данных. При разработке методического аппарата исследования были учтены положения теории устойчивого развития и институциональной экономики.

Методологическая основа. В диссертации использованы такие общенаучные методы, как абстрактно-логический, системный анализ. В рамках системного подхода экспорт конгрессно-выставочных услуг осуществлялся как часть более широкой системы внешнеэкономической деятельности, что позволило выявить устойчивые связи между участниками рынка и инфраструктурными элементами, в том числе были использованы методы факторного анализа, количественной и качественной оценки, а также верификации научных результатов, полученных на основе анализа экспортной деятельности.

Информационную базу исследования составили нормативно-правовые документы федерального уровня, данные государственного статистического наблюдения, информационно-аналитические данные профильных исследовательских центров, материалы, опубликованные в научной и периодической печати, а также аналитические отчёты государственных учреждений.

Обоснованность результатов исследования обеспечивается использованием современного методологического аппарата, применением многоуровневого междисциплинарного подхода, опорой на совокупность теоретических концепций и эмпирических данных, а также внутренней логикой построения исследования.

В том числе, обоснованность подтверждается использованием нормативно-правовой документации федерального уровня, официальных

статистических данных, описывающих уровень развития конгрессно-выставочной деятельности в Российской Федерации.

Достоверность диссертационного исследования обусловлена тем, что использовался комплекс взаимодополняющих методов научного познания, соответствующих цели и задачам диссертационного исследования, а также применены актуальные методики сбора и обработки исходной информации о развитии экспортной деятельности и конгрессно-выставочной отрасли. В исследовании продемонстрирована взаимосвязь предварительных теоретических положений с результатами эмпирических наблюдений. Ключевые выводы диссертационного исследования соотносятся с методологическими и теоретическими положениями экономики сферы услуг и могут быть адаптированы к практике в российских условиях.

Соответствие диссертации паспорту научной специальности. Диссертационное исследование выполнено в соответствии с требованиями Паспорта научной специальности ВАК 5.2.3. «Региональная и отраслевая экономика (экономика сферы услуг)», в части пунктов: 4.5. Формирование и функционирование рынков услуг; 4.15. Туризм и рекреация.

Научная новизна диссертационного исследования заключается в развитии теоретико-методических основ и формировании организационно-экономических инструментов, направленных на стимулирование и развитие экспорта конгрессно-выставочных услуг как важного сегмента современной сервисной экономики.

Наиболее существенные научные результаты исследования, обладающие научной новизной и полученные лично соискателем:

1. Дополнено и расширено понятие «экспорта услуг» путем включения в него конгрессно-выставочных услуг как особого вида экономической деятельности, требующего специфического ресурсного потенциала и создающего кумулятивный эффект за счёт привлечения в процесс экспорта услуг смежных отраслей экономики.

2. Представлен и аргументирован комплекс критериев классификации конгрессно-выставочных услуг в контексте экспортной деятельности, учитывающий организационные и содержательные характеристики конгрессно-выставочной сферы. В основе классификации лежит: вид предоставляемых услуг, территориальная характеристика услуг, формат мероприятия, форма организации, структура затрат, вид государственной поддержки, специфика вида деятельности и др. В настоящее время отсутствует классификация экспортного потенциала конгрессно-выставочных услуг. Представленная классификация структурирует систематизацию потенциала для развития экспорта.

3. Разработан алгоритм формирования реестра конгрессно-выставочных мероприятий с динамической структурой. На каждом этапе формирования реестра используются как количественные, так и качественные показатели, что обеспечивает возможность его применения для мониторинга и комплексной социально-экономической оценки проведённых мероприятий.

4. Сформирована концепция создания проектного офиса по экспорту конгрессно-выставочных услуг. Проектный офис рассматривается как инфраструктурный элемент экосистемы экспорта, который выполняет функции экспертного, аналитического и координационного центра для участников рынка. В рамках концепции предложен механизм интеграции проектного офиса с профессиональными ассоциациями и экспортно-ориентированными субъектами конгрессно-выставочной индустрии, что формирует комплексную модель развития отрасли и стимулирует системную поддержку экспорто-ориентированных мероприятий.

5. Разработан организационно-экономический механизм функционирования проектного офиса по экспорту конгрессно-выставочных услуг, ориентированный на повышение результативности реализации отраслевых услуг на рынках стран СНГ. Уникальность представленного механизма определяется его комплексным характером и приоритетной направленностью на поддержку экспортной активности. Проектный офис

выступает элементом формирования экосистемы устойчивого продвижения конгрессно-выставочных услуг, также он способствует институциональной интеграции российского рынка конгрессно-выставочных услуг в глобальное пространство путем выхода на рынки стран СНГ.

Теоретическая значимость диссертационной работы заключается в развитии понятийного аппарата и уточнении методических подходов к изучению экспорта конгрессно-выставочных услуг как важного направления развития сервисной экономики Российской Федерации. Диссертационное исследование вносит вклад в формирование научной базы для системного анализа продвижения услуг и организационно-экономических условий их реализации, теоретическое обоснование критериев классификации конгрессно-выставочных услуг с точки зрения возможности организации их экспорта.

Практическая значимость диссертационного исследования определяется разработкой комплекса прикладных инструментов и рекомендаций, направленных на развитие организационно-экономического механизма экспортной деятельности конгрессно-выставочных услуг в Российской Федерации. Полученные результаты могут быть использованы в деятельности органов государственной власти, отраслевых организаций и субъектов предпринимательства, принимающих участие в международной конгрессно-выставочной деятельности. Механизм отбора участников рынка конгрессно-выставочной отрасли создаёт возможность для дальнейшего вовлечения организаций в экспортную деятельность, проектирования траекторий развития и оценки готовности к международному сотрудничеству в сфере организации и проведения конгрессов, выставок или форумов.

Апробация результатов диссертационной работы. Основные теоретические положения диссертационного исследования были представлены автором и обсуждены на научных семинарах и конференциях, в рамках: VII международной научно-практической конференции «Туризм и образовательные технологии в цифровой экономике» (г. Санкт-Петербург),

научной конференции аспирантов СПбГЭУ «Интеграционные процессы в науке образовании и бизнесе: опыт и перспективы развития (к 300-летию со дня основания Российской академии наук) (г. Санкт-Петербург), IX Международная научно-практическая конференция «Туризм и образовательные технологии в цифровой экономике» (промышленный туризм)» (г. Санкт-Петербург) и др. научно-практических семинарах и круглых столах.

Публикации результатов исследования. Основные положения и выводы диссертации изложены в 10 научных работах общим объёмом 6,1 п.л. (вклад автора 5,09 п.л.), в том числе в научных журналах, рекомендованных ВАК, 4 статьи общим объёмом 3 п.л. (авторский вклад 2,34 п.л.).

Структура и содержание диссертации определены целью, задачами и методами проведения научного исследования. Кандидатская диссертация состоит из введения, трех глав, заключения и библиографического списка.

Глава 1. Теоретические основы экспорта услуг в современных экономических условиях

1.1. Понятие и сущность экспорта услуг

Одним из способов расширения экономической системы в настоящее время является развитие рынка услуг. Сегодня данный сегмент национальной экономики подвержен изменениям. В условиях, когда природные ресурсы находятся под воздействием санкций услуги позволяют получать дополнительные доходы. Исследование экспорта услуг является актуальной темой как в развитии региональной, так и мировой экономики. Для развития сферы услуг, в частности, сферы конгрессно-выставочной деятельности необходимо учитывать современные тенденции развития рынка услуг.

Экспорт услуг требуется рассматривать не только через совершенствование инфраструктуры, но и через предложение уникального продукта. Например, под уникальным туристским продуктом мы понимаем предложение услуги, которая выгодно отличается от стандартных туров, предоставляя туристам особенные впечатления, опыт или возможности, которые сложно найти в других местах. Это могут быть авторские программы, учитывающие культурные, природные, исторические или гастрономические особенности конкретного региона. Важно, чтобы такой продукт создавал эксклюзивные эмоции и воспоминания, заставлял туристов почувствовать себя частью чего-то особенного.

В иностранной научной литературе развитие сферы услуг изучается в трудах экономистов в области международной торговли, к их числу относятся Джагдиш Бхагвати [144], Алан Деардорф [135], Джонатан Итон, Самуэль Кортум, Франциск Крамарц [145], Лидия Оливейр, Лилиана Баптишта Гонсалес, Федерико Таджориол [146], Йохан Виртц, Кристофер Лавлок [152], Эверт Гумессон, Монтсеррат Диаз-Мендес, Майкл Эй Джи Сарен [137], Кристиан Грэнроос [139]. В данных работах отмечается необходимость изучения взаимосвязи экспорта товаров и услуг.

В России экспорт услуг рассматривается в научных трудах следующих исследователей: Г.А. Карпова [43,44], В.Г. Шубаева [43], М.В. Волошинова [44], Л.В. Хорева [44], И.Л. Любимов [54], Е.Н. Быковская [12], М.Н. Рыбина [12], А.Н. Спартак [112], А.М. Погорельская [88]. В данных работах отмечается актуальность развития сферы услуг и совершенствования подходов по выходу России на международные рынки услуг.

Несмотря на различие в подходах к изучению вопроса увеличения доли экспорта услуг, авторами отмечается актуальность и необходимость развития экспортной деятельности. Основными преимуществами экспорта услуг являются: получение дополнительных валютных поступлений, а также повышение имиджа Российской Федерации на мировой арене и ряд других, которые представлены на рисунке 1.1.



Рисунок 1.1 – Основные преимущества совершенствования экспорта услуг (составлено автором)

При анализе терминологии экспорта услуг необходимо отметить, что рынок услуг наиболее успешен в развитых странах. Актуальность совершенствования сферы услуг в настоящее время обусловлена, в том числе, развитием информационных технологий. При этом, на сферу услуг значительное влияние оказывают политические, социальные и экономические факторы, как внутри страны, так и на международной арене. Прежде, чем рассмотреть особенности экспорта услуг в Российской Федерации, необходимо раскрыть наиболее актуальные определения экспорта услуг (таблица 1.1.)

Таблица 1.1

Основные определения понятия «экспорт услуг»

№	Определение	Источник
1	«Экспорт услуг – услуги, оказанные резидентами национальной экономики для нерезидентов»	Приказ Росстата [95]
2	Экспорт услуг - деятельность, включающая в себя производство, распределение, маркетинг и доставку услуг	Федеральный Закон [1]
3	Согласно Генеральному соглашению по торговле услугами (GATS) Всемирной торговой организации (ВТО), существует четыре основных способа экспорта услуг (также называемых "моделями поставки"): пересечение границы услугой, потребление услуги за границей, коммерческое присутствие за границей, и присутствие физических лиц за границей	Journal of International Economic Law [147]
4	«Экспорт услуг» означает поставку любой услуги, при которой выполняются следующие условия: - Поставщик услуги находится на территории государства-экспортера; - Получатель услуги находится за пределами государства-экспортера; - Место поставки услуги находится за пределами государства-экспортера; - Оплата за услугу получена в конвертируемой иностранной валюте или в отечественной, если это разрешено; Поставщик услуги и получатель не являются просто разными подразделениями одного и того же лица	Integrated Goods and Services Tax Act, IGST [126]
5	Экспорт услуг - это когда компании, работающие в одной стране, предоставляют свои услуги, такие как программное обеспечение, консультации и другие услуги, компаниям или частным лицам в других странах за плату.	Hiosis – сервис по предоставлению программного обеспечения для электронной коммерции [129]
6	Термин «экспорт услуг» относится к международной торговле услугами, когда компания экспортирует свои услуги через национальные границы в другие страны. В отличие от экспорта товаров, экспорт услуг предполагает продажу и предоставление нематериальных услуг, таких как финансовые услуги, консалтинг, бизнес-программное обеспечение, туристические услуги и многое другое.	AlleAktien - немецкий веб-сайт, специализирующийся на предоставлении информации об инвестициях, финансах и фондовом рынке. [132]

Источник: составлено автором на основании [1; 95; 126; 129; 132; 147].

Внимание и необходимость изучения теории экспорта услуг возникла когда в экономике начал развиваться третичный сектор, а на практике стали появляться примеры трансграничной торговли услугами от образовательных услуг до финансовых и информационных услуг, что потребовало создать теоретическую базу для экспорта услуг. Ключевым шагом стало подписание Генерального соглашения по торговле услугами (GATS) в рамках ВТО в 1995 году.

Так, Всемирной торговой организацией выделяются 4 способа поставки услуги [127]:

1. Трансграничная поставка услуги – когда услуга пересекает территорию одного члена ВТО на территорию другого без присутствия продавца. Соответственно, границу пересекает только услуга;
2. Потребление услуги за границей – потребитель использует услугу находясь на территории другой страны. Услуга и продавец не пересекают границу;
3. Коммерческое присутствие – продавец пересекает границу, открывая юридическое лицо на территории другой страны и оказывая услугу потребителю;
4. Перемещение физических лиц на территорию другого государства для осуществления деятельности для потребителя услуги.

Услуги могут поставляться всеми представленными способами. ВТО использует терминологию первого, второго, третьего, четвертого способов как специальный термин [127]. Российской Федерацией также используется представленная терминология, в том числе в законе о внешнеэкономической деятельности. Развитие экспорта услуг в Российской Федерации регламентируется Федеральным законом об основах регулирования внешнеторговой деятельности от 08.12.2003 г №164-ФЗ (последняя редакция). В нем рассматриваются основные цели, принципы и понятия, а также субъекты и объекты экспорта услуг. Несмотря на сложную ситуацию на мировой арене, Российская Федерация является страной-членом Всемирной

торговой организации, что необходимо учитывать при формировании стратегии развития экспорта услуг в нашей стране.

В настоящее время учёные рассматривают цифровизацию, как один из трансформирующих факторов экспорта услуг, сегодня можно увидеть новые формы поставки, например, SaaS (Программное обеспечение как услуга). Вместо традиционных трансграничных поставок появляются платформенные модели, в рамках которых компании являются посредниками между поставщиками и потребителями [143].

Подчёркивается возрастающая роль сервитизации промышленности – процесс трансформации производственной деятельности, в рамках которой происходит дополнение или замещение экспорта товаров дополнительными услугами, направленными на создание комплексной потребительской ценности, увеличение конкурентных преимуществ и интеграцию в глобальные цепочки добавленной стоимости. Исходя из этого, учеными подчёркивается взаимосвязь экспорта товаров и услуг, так, например, компании, которые производят товары сопровождают поставки дополнительными услугами, такими как постгарантийное обслуживание, логистика, консалтинг, программное обеспечение и т.п. Например, при экспорте промышленного оборудования производитель может предложить монтаж и пусконаладочные работы (инжиниринговая услуга), контракт на техническое обслуживание (услуга по обслуживанию оборудования), обучение персонала работе с оборудованием (образовательная услуга), консультации по оптимизации производственного процесса (консалтинговые услуги).

Однако, стоит отметить и ключевые отличия экспорта услуг и продуктов, которые представлены в таблице 1.2:

Сравнительный анализ экспорта услуг и товаров

Критерий	Экспорт продукции	Экспорт услуг
Форма продукта	Материальная	Нематериальная
Хранение и транспортировка	Продукт возможно складировать и перевозить	Не подлежит хранению
Участие потребителя	Необязательно	Необходимо присутствие, либо взаимодействие
Способы поставки	Традиционные: экспорт через границу, доставка	Модель GATS
Оценка качества	Объективная (по характеристикам, либо подтверждающим документам)	Субъективная, зависит от восприятия клиента
Регулирование и стандарты	Таможенные правила, техрегламенты, сертификаты	Лицензирование, признание квалификаций,
Ценообразование	Базируется на себестоимости и логистике	Зависит от опыта, бренда, репутации
Формы контрактов	Купля-продажа, инвойсы	Подписка, аренда, консалтинг
Риски	Физическая порча, логистика, таможенные барьеры	Институциональные барьеры, культурные риски, правовые риски
Статистический учёт	Четкий учёт	Сложно фиксировать, особенно при удаленной поставке

Источник: составлено автором.

Стоит отметить, что дополнительные услуги к продукту могут превышать стоимость товара и именно они определяют позиционирование товара и создают дополнительное конкурентное преимущество. В том числе сервитизация усиливает роль нематериальных активов. Организационные модели, знания, технологии и профессиональные компетенции становятся ключевыми драйверами конкурентоспособности. Это делает экспорт услуг всё более зависящим от качества человеческого капитала, уровня развития институтов и инновационной инфраструктуры страны.

С целью комплексного анализа экспорта услуг в Российской Федерации необходимо выявить положительные и отрицательные стороны экспортной деятельности. Отдельно стоит отметить, что на преимущества и недостатки от экспорта услуг влияют как факторы внешней конъюнктуры рынка, так и внутренние факторы, определяющие развитие экономики страны.

К основным преимуществам экспорта услуг для Российской Федерации можно отнести:

- сокращение расходов на транспортные издержки. Услуги не требуют расходов на логистику, чаще всего они предоставляются дистанционно. Это особенно важно для образовательных, финансовых, IT и других интеллектуальных услуг;

- элемент поддержки среднего и малого бизнеса. Экспорт услуг даёт возможность предпринимателям без необходимости значительных капитальных затрат на материальную инфраструктуру выходить на международные рынки, а также налаживает механизм государственно-частного партнерства, что создаёт благоприятный предпринимательский климат в стране;

- развитие IT отрасли, в том числе цифровых услуг. В настоящее время сфера информационных технологий активно развивается. Для реализации экспорта услуг активно используется программное обеспечение, аутсорсинг, в том числе цифровые услуги по кибербезопасности, которые обладают высоким экспортным потенциалом, что, в свою очередь, повышает компетенции и квалификацию среди специалистов данного профиля;

- повышение инвестиционной привлекательности. Экспорт услуг не только улучшает предпринимательский и инвестиционный климат, но и приводит к притоку иностранной валюты, что в условиях санкционного режима способствует стабилизации курса национальной валюты и улучшает торговый баланс страны.

Но помимо преимуществ экспорта услуг существуют и недостатки, что существенно затрудняет развитие экспортной деятельности в Российской Федерации. К основным недостаткам необходимо отнести:

- санкционные ограничения. В настоящее время рядом стран введены санкции, следствием которых является ограничение выхода Российской Федерации на международные рынки услуг, что в свою очередь затрудняет экспорт ряда услуг, в частности в сфере финансовых, консалтинговых и туристских услуг.

- бюрократический механизм. В виду сложной системы регулирования внешнеэкономической деятельности, в том числе экспорта услуг, субъектам малого и среднего предпринимательства необходимо соблюдать нормативные требования, валютный контроль, а также вести отчётность, что затрудняет осуществление экспортной деятельности.

- отсутствие доступа к современным технологиям. Санкционная политика ограничивает доступ к современным технологиям, что сдерживает развитие экспорта IT услуг. Поэтому российским предпринимателям необходимо искать альтернативные варианты, что в краткосрочном периоде снижает конкурентоспособность на международных рынках.

- нестабильный курс валюты. Колебания курса валют имеют сильное влияние на малый и средний и бизнес, занимающийся экспортом услуг. Поскольку представители МСП не всегда имеют возможности хеджировать валютные риски.

- высокая конкуренция на международных рынках. На глобальном рынке экспорта услуг конкуренция очень высока, поэтому российским компаниям необходимо конкурировать с представителями других стран, у которых отсутствуют проблемы с санкционными ограничениями, а в следствие этого - затраты на ведение бизнеса ниже, в то же время доступ к технологиям и ресурсам у данных государств становится выше. Например, такая ситуация характерна для таких стран, как Индия, Китай и ряд других.

Экспорт услуг обладает высоким потенциалом в доле внешнеэкономической деятельности России и может стать одним из ключевых элементов для диверсификации экономики. Особенно это актуально для сферы интеллектуальных и IT услуг, поскольку разработка программного обеспечения универсальна, конкурентоспособна и востребована на международном уровне. Помимо этого, к сферам способным принести дополнительные налоговые поступления в бюджет государства можно отнести консалтинг, научные исследования, услуги креативных индустрий,

образовательные услуги. Данные отрасли уже сегодня составляют значительную долю внешнеторгового баланса России.

В 2023 году доход Российской Федерации от внешней торговли услугами составил 116.5 млрд долл. США, что ниже 2022 года на 1.2 млрд долларов США [136]. Основными услугами для экспорта за 2022 и 2023 годы являлись транспортные услуги, в том числе морской и воздушный транспорт.

К ключевым услугам, которые экспортирует Российская Федерация относятся транспортные услуги, информационные технологии и коммуникации, финансовые услуги, туризм и гостиничный бизнес, образование, бизнес-консалтинг. Подробная классификация представлена в таблице 1.3.

Каждый тип экспортируемой услуги имеет свои особенности. Так, например, высокие показатели по экспорту туристских услуг имеют страны, обладающие уникальным культурным и природным наследием. Помимо этого, высокие показатели наблюдаются у государств с упрощенной визовой системой. Поэтому для увеличения доходов от данного типа услуги необходим комплексный подход с участием государства, представителей бизнеса, научного и отраслевого сообщества для роста экспорта подобного рода услуг.

Для осуществления экспорта услуг в настоящее время требуется осваивать рынки стран Азии, стран Африки и стран СНГ, что позволит компенсировать спад доходов от экспорта услуг в западные страны, а также позволит российским организаторам мероприятий участвовать в глобальных рынках конгрессно-выставочных услуг. Правительством Российской Федерации осуществляется деятельность по стимулированию выхода компаний на международные рынки услуг, что даёт возможность развивать сектор даже в нестабильной экономической ситуации. Помимо этого, государство оказывает поддержку за счёт мер таможенно-тарифного регулирования, контролируя применение пошлин к экспортёрам услуг [28]

**Услуги и их виды, которые
могут быть включены в состав экспорта услуг**

№	Тип услуги	Вид	Преимущества	Недостатки
1.	Транспортные услуги	Авиаперевозки Железнодорожные перевозки Морские и речные перевозки	- Высокий спрос на международных рынках - Возможность расширения при увеличении нагрузки	- Высокая зависимость от инфраструктуры - Подвержены влиянию погодных условий - Значительные затраты на обслуживание транспортных средств
2.	Информационные услуги	Услуги по созданию программного обеспечения, Аутсорсинг IT услуг	- Глобальный спрос на IT услуги - Низкие затраты на логистику, т.к. услуги передаются в цифровом формате	- Высокая конкуренция с мировыми лидерами в сфере IT технологий - Риски утечки данных и угроз от атак на информационную систему
3.	Финансовые услуги	Проведение банковских операций, инвестиции и управление активами	- Высокий спрос на инвестиционные и банковские операции - Высокая доходность при эффективном управлении доходами	- Высокие требования к регулированию и лицензированию - Риски, связанные с валютными колебаниями и санкционными ограничениями - Необходимость постоянной адаптации к законодательным изменениям
4.	Туризм и гостиничный бизнес	Визовые, консульские услуги, услуги туроператоров	- Потенциал для привлечения иностранной валюты - Перспектива долгосрочного спроса - Развитие сопутствующих отраслей	- Влияние сезонности на спрос и предложение - Зависимость от политических и эпидемиологических ситуаций
5.	Образование	Проведение исследований, обучения, подготовки профессиональных кадров за рубежом	- Рост интереса к российскому образованию со стороны иностранных студентов - Повышение имиджа страны на международной арене - Возможность дистанционной формы осуществления услуг	- Высокая конкуренция на мировом рынке образовательных услуг - Необходимость значительных инвестиций в развитие образовательных программ
6.	Бизнес-консалтинг	Стратегические консультации, оценка рисков и исследование рынков	- Высокий спрос на стратегические услуги для бизнеса - Возможность взаимодействия с разными отраслями в различных государствах	- Зависимость от высокопрофессиональных кадров - Риски, связанные с негативной репутацией

7.	Медицинские услуги	Лечение иностранных пациентов, медицинский туризм	- Интерес к российской медицине в части государств - Возможность интеграции в международные медицинские сети	- Необходимость международной аккредитации - Высокие затраты на оборудование и инфраструктуру
8.	Креативные индустрии	Дизайн, киноиндустрия, мода, реклама	- Низкие издержки на масштабирование - Гибкость и мультиформатность продуктов	- Зависимость от культурных и национальных особенностей - Сложность с монетизацией

Источник: составлено автором.

Рассматривая экспорт услуг нами было отмечено недостаточное изучение вопроса экспорта конгрессно-выставочных услуг. Тем не менее, экспорт услуг по организации и проведению конгрессно-выставочных мероприятий отличается от экспорта IT, образовательных услуг и т.п., поскольку имеет уникальную специфику.

Ключевыми особенностями экспорта конгрессно-выставочных услуг являются:

1. Услуга предоставляется на территории экспортера, а потребляется иностранными участниками, что позволяет отнести конгрессно-выставочные услуги ко второму типу поставки по классификации GATS, что в свою очередь тесно связано с развитием транспортной доступности, инфраструктуры, визового режима;

2. Конгрессно-выставочная деятельность оказывает влияние на формирование имиджа государства, что позволяет отнести её к инструментам «мягкой силы». Успешно организованное мероприятие усиливает доверие экспортеру услуг, а также стимулирует развитие последующих бизнес контактов;

3. Индивидуальный подход к оказанию услуги требует гибкости к планированию, предоставления персонализированных предложений в зависимости от потребности, а также координации большого числа подрядчиков. Это усложняет стандартизацию и тиражирование экспорта конгрессно-выставочных услуг, повышает значимость проектного управления и гибких навыков (Soft skills).

4. Многосоставность и мультисекторальность конгрессно-выставочных услуг требует согласованности действий большого числа участников и представителей различных отраслей (логистика, информационное сопровождение, техническое обеспечение, сервиса, гостиничного и ресторанного бизнеса) для этого необходимо иметь развитую экосистему.

Подводя итог, необходимо отметить, что различные типы услуг имеют свои особенности как при реализации услуги, так и при её экспорте. В

настоящее время особенно подчеркивается взаимодействие экспорта услуг и экспорта товара в рамках сервитизации промышленности, когда вместе с товаром экспортируется конкретная услуга. Однако, стоит отметить, что экспорт услуг характеризуется высокой степенью вовлеченности потребителя, невозможностью хранения, зависимостью от технологических и институциональных условий. Для определения конкретных механизмов осуществления экспорта услуг необходимо взаимодействие государства, научного и отраслевого сообщества.

Современное понимание экспорта услуг основывается как на международных правовых нормах, так и на экономических теориях, которые развиваются вместе с ростом сервисной составляющей в глобальной экономике. Таким образом, экспорт услуг представляет собой не только способ экономического взаимодействия, но и является одним из ключевых ресурсов, способствующих формированию конкурентных преимуществ на рынках товаров и услуг. Теоретическое определение сущности экспорта услуг необходимо для последующего изучения отраслевых и институциональных особенностей развития сферы услуг.

С учетом специфики экспорта услуг, дальнейшее исследование следует сосредоточить на анализе тенденций экспорта конгрессно-выставочных услуг. Это может способствовать увеличению налоговых поступлений в бюджет и укреплению международного имиджа страны. Комплексный подход к развитию экспорта услуг, по нашему мнению, также окажет положительное влияние на оптимизацию бизнес-процессов и создание условий для передачи успешного опыта в другие государства.

1.2. Социально-экономические особенности экспорта конгрессно-выставочных услуг в современных условиях

Сегодня государство подчеркивает необходимость развития конгрессно-выставочной деятельности. В 2023 году была утверждена стратегия развития отрасли [4], в которой отмечается ключевая роль индустрии в развитии

региональной экономики. Действительно, проведение конгрессов, выставок и форумов способствует привлечению дополнительных инвестиций в страну и регион, повышению имиджа дестинации на мировой экономической и политической арене.

Ведущими исследователями в области изучения конгрессно-выставочной деятельности являются В.С. Боголюбов [10], С.А. Боголюбова [10] М.А. Василова [13], Д. О. Громова [50], М.К. Измайлов [33], Д.А. Карпов [41], Г.А. Карпова [45,46], Е. Г. Карпова [10], М. Н. Конягина [50], О.Н. Кострюкова [52], Е.В. Кузнецова [13], Т. А. Лаврова [45], В. В. Лавров [45], А. А. Полякова [50], Л.В. Хорева [46; 52; 125], А.В. Шраер [125] и др. Авторы подчёркивают актуальность развития индустрии, часть из них являются членами рабочих групп по совершенствованию нормативно-правовой базы отрасли.

В виду снижения доходов от экспорта услуг, что является следствием санкционного давления, а также влиянием политической обстановки на мировой арене, Российской Федерации необходимо увеличивать доходы, что частично позволит заместить традиционные статьи для экспорта, такие как продажа нефти, газа, рынки которых в настоящее время сталкиваются с колебанием спроса и предложения. Именно поэтому для устойчивого развития экономики в долгосрочной перспективе требуется усилить внимание на экспорте услуг, как альтернативе традиционных подходов во внешнеэкономической деятельности.

Можно отметить, что в настоящее время особенно актуально развитие IT услуг, которое включает в себя консультации по уже существующим продуктам, а также предоставление инновационного программного обеспечения. В данном случае можно говорить о создании уникального предложения для экспорта услуг, в том числе, о внедрении образовательных программ, которые могут быть интегрированы в различные отрасли, например, в сферу торговли, экономики и туризма.

Не менее актуально развитие транспортных услуг, что связано с продвижением интересов стран в многостороннем сотрудничестве в сфере транспорта. Сегодня выделяют тенденции, которые направлены на повышение эффективности логистики, в том числе экспорта транспортных услуг. К ним относится цифровизация транспортных узлов, упрощение законодательных требований к компаниям, осуществляющим деятельность в этой сфере, поиск инвесторов, а также реализация крупных инвестиционных проектов, как фактор роста экспорта, рассматриваемых услуг.

Развитие информационных технологий обусловлено увеличением потока и объёмов данных в сети Интернет. Так, например, в Российской Федерации за первое полугодие 2024 года объем трафика в сетях фиксированного интернета в России вырос на 31,5% по сравнению с аналогичным периодом 2023 года.

Основным фактором, оказывающим влияние на экспорт услуг, является инвестиционный и предпринимательский климат. Федеральной службой государственной статистики был проанализирован индекс предпринимательской уверенности (таблица 1.4).

Индекс предпринимательской уверенности в сфере услуг рассчитывается как среднее арифметическое значение балансов оценок фактического изменения спроса на услуги, экономического положения организаций в текущем квартале по сравнению с предыдущим кварталом, а также ожидаемого изменения спроса на услуги в следующем квартале (в процентах). Сезонная составляющая во временных рядах показателей не исключена.

Согласно представленным данным необходимо отметить, что ключевые показатели по индексам изменялись в моменте кризисных экономических, политических и социальных ситуаций. Например, в 2014 году, когда экономика Российской Федерации впервые столкнулась с глобальными вызовами и санкциями, что повлияло на инвестиционный климат в стране.

Таблица 1.4

Индекс предпринимательской уверенности

Год	Квартал			
	I	II	III	IV
2014	-2	6	2	-4
2015	-12	-1	-3	-11
2016	-14	-1	-2	-10
2017	-10	1	0	-7
2018	-7	3	1	-7
2019	-8	1	1	-6
2020	-8	-40	-9	-19
2021	-8	3	-1	-10
2022	-7	-7	-4	-9
2023	-6	2	1	-4
2024	-2	4	-	-

Источник: составлено автором на основании [76].

Среди ключевых проблем, с которыми столкнулась Российская Федерация, следует выделить экономический кризис, вызванный введением международных санкций. Под ограничительные меры попали российские финансовые учреждения и крупные корпорации, что значительно осложнило их деятельность на глобальных рынках. В связи с этим был введён запрет на поставку высокотехнологичного оборудования для нефтяной отрасли, что затруднило привлечение капитала в ряд ключевых отраслей. Для стабилизации курса валют Центральным банком Российской Федерации были предприняты меры по повышению ключевой ставки с 10,5% до 17% [69], что в свою очередь негативно повлияло на индекс предпринимательской уверенности.

Следующий спад был отмечен в 2019-2020 гг. в момент распространения коронавирусной инфекции. Пандемия затронула все отрасли, но больше всего её влиянию были подвержены предприятия сферы услуг, поскольку именно в данном секторе задействовано большое количество человеческих ресурсов. Часть предприятий понесли значительные убытки, а часть была ликвидирована. Именно пандемия стала серьёзным вызовом для сферы услуг. Однако некоторые секторы экономики сферы услуг, несмотря на возникшие

трудности, смогли воспользоваться преимуществами от распространения коронавирусной инфекции.

В 2023 году произошло кардинальное изменение торговых партнеров Российской Федерации. Среди стран-импортеров востребованными были услуги в сфере транспорта, IT и консалтинга. Изменения произошли в укреплении экономических связей с азиатскими и ближневосточными странами, что демонстрирует тенденцию трансформации на рынках.

Для наглядной иллюстрации динамики экспорта услуг из Российской Федерации на международные рынки, на рисунке 1.2 представлен рейтинг стран мира по объемам экспорта услуг в стоимостном выражении. Исходя из представленного рейтинга, можно заметить, что экспорт услуг особенно развит с КНР. В данный момент Китай является ключевым партнером не только в экспорте услуг, но и в экспорте товаров, что необходимо учитывать при развитии программ межгосударственного взаимодействия. Несмотря на принятые санкции на международной арене, отмечается высокий экспорт в Германию. Она находится на втором месте, при этом объем экспорта снизился относительно 2023 года.

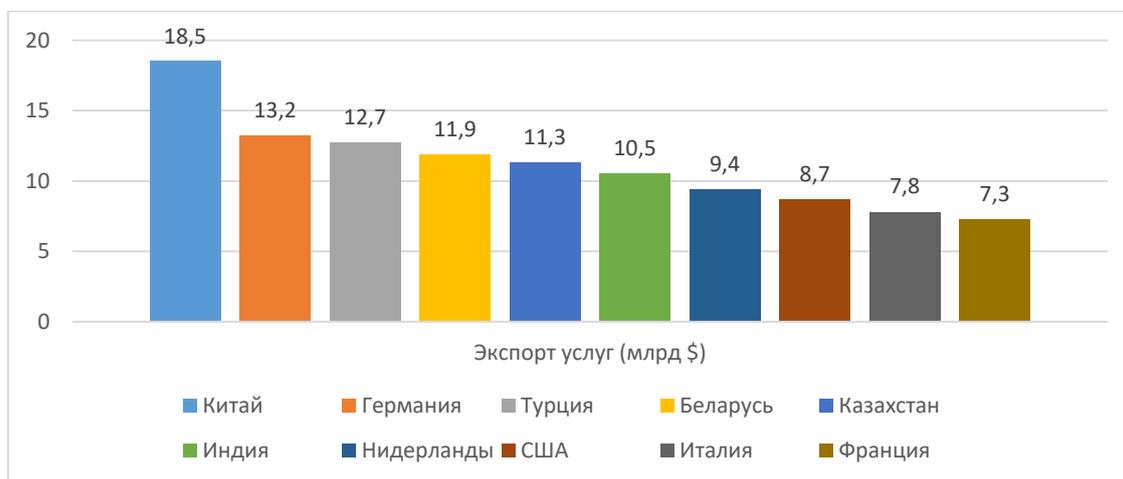


Рисунок 1.2 – Рейтинг стран мира по экспорту услуг из Российской Федерации (составлен автором на основании [63])

К ключевым проблемам, связанным с участием в международной торговле, согласно стратегии развития экспорта услуг до 2025 года от 14 августа 2019 г. № 1797-р [3], относятся обострение военно-политической

ситуации в мире, высокая вероятность замедления темпов развития мировой экономики и снижения глобального спроса, кризис международной торговой системы, влияние экономических санкций западных стран против отечественных компаний.

Однако, стоит отметить, что после утверждения данной стратегии на мировых рынках происходили кризисы, самым масштабным из которых следует признать пандемию коронавирусной инфекции, убытки от распространения которой исчисляются триллионами долларов.

В последствии сфера услуг Российской Федерации столкнулась с вызовами в виде санкционного давления, а также изоляции рынка, что повлекло дальнейшие убытки. Так, экспорт услуг в первом полугодии 2023 года к аналогичному периоду 2022 года снизился на 22,1%, до 19,4 млрд долл. с 24,9 млрд, импорт - напротив, вырос на 10,2%, до 35,5 млрд долл. США с 32,3 млрд долл. США. Экспорт услуг во втором квартале 2023 года остался на уровне первого квартала - 9,7 млрд долл. США [96].

Наличие таких барьеров негативно отразилось на экспорте, что говорит о необходимости продления сроков реализации стратегии. Для этого требуется проанализировать текущие тенденции экспорта, что даст возможность выявить ключевые стимулы для адаптации стратегии к текущим условиям.

После проведенного анализа экспортируемых услуг необходимо перейти к особенностям экспорта конгрессно-выставочных услуг, с этой целью нам потребуется выявить тенденции развития отрасли конгрессов и выставок как отдельного вида экономической деятельности. Для этого мы раскроем исторические аспекты становления конгрессно-выставочной индустрии.

Возникновение выставочной и конгрессной деятельности начиналось раздельно. Первые упоминания о выставках относят к XII веку. Именно в данный период проводились первые выставки с целью демонстрации результатов своей работы купцами и ремесленниками. В то же время, появляется разделение событий в зависимости от специфики, в части городов проводятся выставки домашней утвари, в других - представлена продукция

сельскохозяйственного назначения, что схоже с современной классификацией выставок [20].

Ключевой датой в развитии выставок за рубежом стоит считать проведение всемирной выставки в Лондоне, в рамках которой был представлен широкий спектр тематик от произведений искусства до промышленных товаров, а также впервые были продемонстрированы производственные методы. Количество участников мероприятия составило 6 млн. человек из 32 государств, включая Россию. [11] Российскую экспозицию представляли 363 фирмы, из которых 35 являлись императорскими фабриками. История становления выставочной деятельности в Российской Федерации имеет глубокие корни, уходящие в дореволюционные времена Российской империи.

Развитие конгрессной деятельности в России связано с несколькими ключевыми факторами:

- развитие международной интеграции. В конце XX века Россия активно включалась в мировую экономику, что вызвало потребность в проведении международных форумов, конгрессов и конференций. В это время также стали популярными мероприятия в таких регионах, как Санкт-Петербург и Москва, которые предлагали, как современную инфраструктуру, так и культурные достопримечательности для деловых туристов [37];

- рост конкуренции и развитие внутренней инфраструктуры, способствующей проведению мероприятий. Конгрессная деятельность развивалась параллельно с ростом внутреннего туризма и сферы услуг ;

- уникальное географическое положение между странами Европы и Азии способствует развитию конгрессной деятельности и позволяет увеличивать количество международных мероприятий.

С развитием цифровых технологий и новых форматов коммуникаций конгрессная деятельность в России продолжает расти, поддерживая деловые связи между регионами и странами. Также необходимо отметить, что конгрессно-выставочная отрасль тесно связана с деловым и MICE-туризмом, однако, имеет отличия (таблица 1.5).

Таблица 1.5

Сравнительные характеристики MICE, делового туризма и конгрессно-выставочной деятельности

Характеристики	MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions)	Деловой туризм	Конгрессно-выставочная деятельность
Определение	Комплекс мероприятий, включающий встречи, конференции, выставки и поощрительные поездки для бизнеса [81].	Поездки, связанные с профессиональной деятельностью или бизнесом [130].	Организация и проведение конгрессов, выставок, ярмарок, симпозиумов [49].
Основные компоненты	Встречи, корпоративные поездки, конференции, выставки.	Деловые встречи, переговоры, посещение конференций и выставок.	Проведение конгрессов, конференций, выставок.
Целевая аудитория	Корпоративные клиенты, компании, участники выставок, спикеры.	Бизнесмены, предприниматели, специалисты.	Участники и организаторы конференций и выставок.
Цель	Организация и участие в мероприятиях для повышения эффективности бизнеса, обмена опытом. [142]	Заключение контрактов, переговоры, участие в бизнес-событиях. [130]	Обсуждение новейших достижений в отрасли, демонстрация продукции и услуг.
Продолжительность мероприятий	От нескольких часов до нескольких дней.	В зависимости от цели поездки (несколько дней или больше).	Зачастую несколько дней (выставки, конференции, форумы).
Формат	Офлайн или онлайн мероприятия, включающие обсуждения, презентации, выставки.	Деловые встречи, переговоры, могут включать участие в конференциях или выставках.	Выставочные стенды, конференции, круглые столы.
Основные направления	Развитие бизнеса, установление контактов, повышение квалификации, мотивация сотрудников.	Поиск деловых партнеров, заключение сделок, решение рабочих задач.	Обмен знаниями, продвижение продукции, привлечение инвесторов и клиентов.
Площадки проведения	Специализированные площадки для проведения конференций, отели, выставочные центры.	Офисы, конференц-залы, специализированные места.	Конференц-центры, выставочные комплексы, отели.
Пример мероприятий	Международные выставки, корпоративные съезды, поощрительные туры для сотрудников.	Деловые поездки на переговоры, командировки на конференции.	Международные конгрессы, тематические выставки, ярмарки.

Источник: составлено автором на основании [47; 49; 81; 130; 142].

Исходя из проведенного анализа, необходимо отметить, что все три вида деятельности имеют сходства и различия. К общим чертам мы можем отнести цель проведения, формат и целевую аудиторию. Целью данных мероприятий является содействие представителям бизнеса в установлении новых контактов, обмен опытом и знаниями, что способствует развитию бизнес потенциала. По формату мероприятия проходят как в офлайн, так и в онлайн режиме, целевой аудиторией данных видов деятельности являются представители бизнес сообщества, а также отраслевые специалисты в зависимости от тематики.

К отличиям можно отнести такие параметры, как состав деятельности. MICE включает в себя поощрительные туры (incentives), деловой туризм включает в себя командировки, а конгрессно-выставочная деятельность специализируется на проведении специализированных отраслевых событий. Следующим отличительным фактором является место проведения, так, MICE и конгрессно-выставочные мероприятия проходят на крупных специализированных площадках, а деловые туристы чаще участвуют в индивидуальных поездках с малым количеством участников.

Необходимо отметить ориентацию мероприятий на различные спектры деятельности. Деловой туризм ориентирован на переговоры в рамках профессиональной деятельности, конгрессно-выставочная деятельность демонстрирует продукты и услуги в конкретных отраслях экономики, включая подписания соглашений о сотрудничестве, реализации совместных проектов и т.д.

Резюмируя вышесказанное необходимо отметить, что основной предпосылкой формирования конгрессно-выставочной деятельности в отдельный вид услуги является развитие социально-экономических условий на территории государства. Также нами выделен ряд предпосылок, которые необходимо учитывать при анализе экспорта услуг:

1. Исторически конгрессно-выставочная отрасль предусматривала проведение выставок с целью демонстрации или продажи товара и услуги, что

в дальнейшем сформировало проведение индустриальных выставок по всему миру.

2. С точки зрения экономики, рост мировой торговли поспособствовал развитию индустрии конгрессов и выставок, тем самым стимулируя создание платформ для представления и продвижения продукции, а также установления деловых контактов. В том числе, именно конгрессно-выставочная деятельность служит эффективным инструментом для выхода на новые рынки.

3. К социальным предпосылкам формирования конгрессно-выставочной индустрии необходимо отнести развитие науки и технологий, усложнение социальных, экономических и политических процессов, потребность в обмене информацией, а также взаимодействие разных представителей общества. Становится актуальным проведение конференций для распространения научных знаний и обсуждения актуальных вопросов мировой повестки. Также конгрессы, выставки, форумы и конференции являются платформами для создания международных и профессиональных ассоциаций и объединений.

4. Помимо экономических и социальных аспектов развития индустрии важно отметить совершенствование транспортных технологий, а именно автомобильных, авиационных и железнодорожных перевозок, что способствует увеличению количества проводимых конгрессов и выставок. Также к технологическим предпосылкам можно отнести ИТ технологии, при помощи которых организаторы улучшают управление мероприятиями, создаются онлайн-платформы для регистрации участников на мероприятия, подключаются спикеры и участники в онлайн режиме, а также разрабатываются виртуальные стенды.

5. Политическими предпосылками являются международные процессы, которые формируют спрос на проведение конгрессов, выставок и форумов с целью взаимодействия международных организаций, экономических союзов (СНГ, БРИКС, WTO, EU и т.п.). Такие объединения

способствуют интеграции мировых рынков и совершенствованию нормативно-правовой базы для проведения конгрессно-выставочных мероприятий. Большая часть государств ставит акцент на значимости отрасли для экономики, что проявляется в популяризации проведения крупных форумов и выставок. Также руководители государств поддерживают индустрию при помощи субсидий, создания специализированных конгрессно-выставочных центров и продвижения национальных и региональных брендов на международных площадках.

6. С точки зрения культурной составляющей, отрасль содействует культурному обмену. Помимо этого, на выставках и форумах часто проходят культурные программы, что имеет важную просветительскую функцию и позволяет участникам узнать традиции и культуру присущие дестинации проведения мероприятия [53].

7. Конгрессно-выставочная отрасль служит платформой для обсуждения актуальной повестки устойчивого развития. Например, организуются выставки по тематике экологического просвещения с целью популяризации чистых технологий и продуктов.

Таким образом, формирование конгрессно-выставочной деятельности является результатом совокупности экономических, социальных, политических, технологических и культурных факторов, которые сделали этот вид деятельности одним из ключевых элементов современной экономики.

Сегодня в конгрессно-выставочной отрасли увеличилось количество мероприятий в онлайн формате, либо в гибридном режиме. В настоящее время уже не представляется возможным проведение мероприятия без дистанционного подключения. Так, было проведено исследование по анализу формата проводимых мероприятий в мире в 2024 году (рисунок 1.3). Отмечается высокий процент личного присутствия на мероприятиях, в то же время гибридный и онлайн форматы находятся примерно в одинаковой пропорции, что говорит о важности применения информационных технологий при организации конгрессно-выставочных мероприятий. Однако, количество

участников конгрессов, выставок и форумов по всему миру не вернулось к допандемийным показателям.

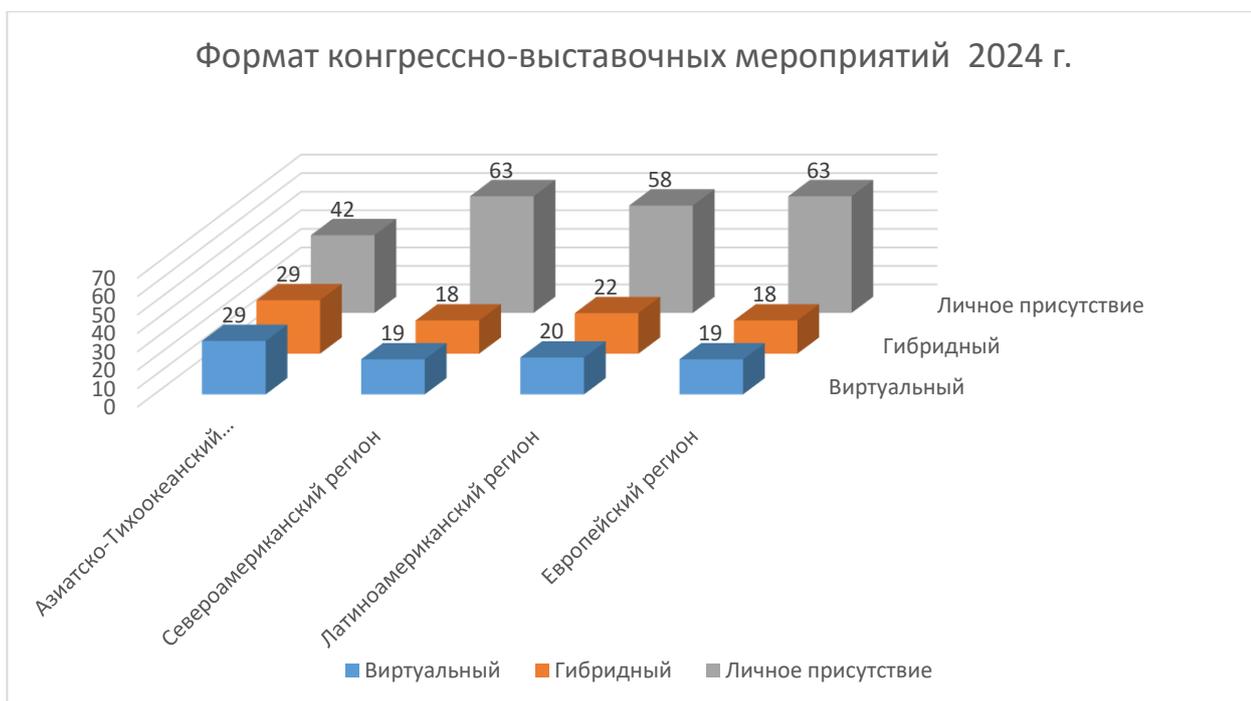


Рисунок 1.3 - Форматы проводимых мероприятий в мире в 2024 году
(составлен автором на основании [24])

К основным факторам, которые влияют на низкие характеристики проводимых мероприятий, представители отрасли относят: малое количество конгрессов, выставок и форумов, высокую стоимость участия, а также необходимость обеспечения трансфером к месту проведения, санитарной и физической безопасностью. Сложная социальная, экономическая и политическая ситуация в мире не способствует увеличению количества проведения конгрессно-выставочных мероприятий, однако, именно на конференциях могут обсуждаться вопросы по актуальной повестке, а также достигаться договоренности между государствами.

С учётом необходимости получения дополнительных доходов в бюджет Российской Федерации требуется сделать акцент на развитии экспорта конгрессно-выставочных услуг. В научной литературе отсутствует общепринятый термин, который характеризует экспорт конгрессно-выставочных услуг. Однако, для систематизации и совершенствования услуг

по организации и проведению конгрессов, выставок и форумов необходимо сформулировать данную дефиницию.

Мы считаем, что под экспортом конгрессно-выставочных услуг следует понимать вид экономической деятельности, направленный на формирование, реализацию и продвижение услуг конгрессно-выставочных центров за рубежом за счёт ресурсного потенциала и возможностей отечественных представителей рынка конгрессно-выставочных услуг при стимулировании и поддержке со стороны российского государства с учетом существующих экономических ограничений и возможностей для развития российской экономики [51].

Экспортом конгрессно-выставочных услуг, как и в целом экспортом любой другой услуги в Российской Федерации, занимается Российский Экспортный центр, правовой статус которого закреплен Федеральным Законом № 164-ФЗ «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» [1], Постановлением Правительства РФ от 5 февраля 2016 г. № 71 «Об утверждении Правил осуществления акционерным обществом «Российский экспортный центр» деятельности по поддержке экспорта и импорта, а также взаимодействия с федеральными органами исполнительной власти, органами валютного контроля, уполномоченными Правительством Российской Федерации, и Государственной корпорацией по атомной энергии «Росатом» (с изменениями и дополнениями) [2]. Центр был создан в 2015 году по инициативе Внешэкономбанка (ВЭБ.РФ) в рамках государственной программы поддержки экспорта. Основной целью РЭЦ является поддержка российских экспортёров, особенно в не сырьевых отраслях, предоставляя им финансовые и нефинансовые услуги.

Российским экспортным центром в свою очередь также проводится ряд мероприятий по развитию экспорта конгрессно-выставочных услуг. Например, были сформированы предложения по совершенствованию нормативно-правовой базы государственной поддержки конгрессно-выставочной отрасли, были разработаны методики формирования перечня международных

мероприятий, подготовлены компании по участию российских предприятий в деловых миссиях и выставках, разработаны критерии оценки результативности конгрессов, выставок и форумов. В 2023 году между экспортным центром и АНО «Цифровая экономика» было подписано соглашение об информационной и экспертной поддержке в области экспорта IT услуг, а также конгрессно-выставочной деятельности в части IT отрасли [104]. Стоит отметить, что в настоящее время особенно актуальным представляется развитие цифровизации и инновационных технологий. Таким образом, необходимо рассматривать совершенствование отрасли конгрессов, выставок и форумов в тесной взаимосвязи с IT индустрией.

Также развитием экспорта конгрессно-выставочных услуг занимается Торгово-промышленная палата Российской Федерации, основной задачей которой является посредничество между бизнесом, государством и международными партнёрами. Проведение мероприятий для представителей конгрессно-выставочной отрасли Российской Федерации и иностранных партнеров позволяет увеличивать инвестиционный потенциал регионов, а также расширять внешнеэкономические связи.

На рисунке 1.4 представлены задачи, которые способствуют развитию индустрии конгрессов и выставок в Российской Федерации. К числу таковых можно отнести организацию и проведение мероприятий, укрепление международных связей, развитие инфраструктуры как для проведения мероприятий, так и смежных секторов экономики. Образование и профессиональное развитие также относится к ряду задач ТПП РФ, которые дают возможность обеспечения человеческого капитала в сфере конгрессно-выставочной деятельности.

В экспорте конгрессно-выставочных услуг Торгово-промышленная палата Российской Федерации занимает ведущую позицию, способствуя экономическому развитию и укреплению деловых связей. Так, например, в рамках развития международного сотрудничества создана рабочая группа по

конгрессно-выставочной деятельности при Совете руководителей палат государств – участников СНГ [89].



Рисунок 1.4 - Задачи торгово-промышленной палаты в сфере конгрессно-выставочной деятельности (составлено автором)

Несмотря на то, что конгрессно-выставочная деятельность относится к сфере услуг, у неё имеются характерные особенности, которые необходимо учитывать при осуществлении экспортной деятельности. Ключевые особенности экспорта конгрессно-выставочных услуг, отличающиеся от экспорта иных видов деятельности представлены в таблице 1.6.

Таблица 1.6

Особенности экспорта конгрессно-выставочных услуг

Особенность	Характеристика	Примеры
Высокая степень международной кооперации	Конгрессы и выставки часто проводятся в сотрудничестве с иностранными партнерами, что требует активного взаимодействия с международными ассоциациями, профессиональными организациями и выставочными центрами.	Петербургский Международный экономический форум, Арктический форум, Восточный экономический форум
	Основной целью является не только организация мероприятия, но и привлечение иностранных участников, что требует осуществления маркетинговых компаний, направленных на зарубежные рынки.	Проведение рекламных кампаний в Азиатско-Тихоокеанском регионе для привлечения участников на выставки в Сочи и Казани.
Значительный экономический эффект для принимающей страны	Участники конгрессов и выставок тратят деньги на транспорт, проживание, питание и развлечения, что стимулирует местную экономику.	Спрос на отели во время проведения ПМЭФ-2024 вырос на 25% [113]
	Помимо прямого влияния на экономику через проведение мероприятий, конгрессно-выставочная деятельность способствует расширению контактов и заключению деловых сделок, что приводит к долгосрочному экономическому эффекту.	Подписание партнерских и инвестиционных соглашений в рамках форумов
Имиджевое значение	Успешная организация и проведение международных конгрессов, выставок и форумов влияет на инвестиционную привлекательность страны, в которую происходит экспорт услуги	Участие Российской Федерации в крупной международной научной конференции GLEX
Высокие требования к логистике	Для проведения крупных форумов и выставок необходима развитая транспортная инфраструктура не только для участников мероприятия, но и для доставки выставочных стендов и павильонов	Чаще всего, конгрессно-выставочные площадки находятся вблизи транспортных магистралей для удобства организации логистики (Экспо форум в г. Санкт-Петербург)

Специфика нормативно-правовой базы	Важную роль играют международные нормы и правила, касающиеся проведения мероприятий, защиты интеллектуальной собственности, визовых и таможенных процедур для экспонентов	Введение Ехро ID, благодаря которому будет облегчено получение визы участникам мероприятий
Особенности цикличности проведения мероприятий	Конгрессы, выставки и форумы имеют периодичность проведения, соответственно для эффективного экспорта услуги требуется использовать инструменты долгосрочного планирования	Ежегодное проведение Международного экономического и юридического форума с соответствующей дорожной картой
Учёт специфики отраслей	Конгрессно-выставочные мероприятия могут касаться различных отраслей (медицина, экономика, наука, IT), каждая из которых имеет специфические требования по оборудованию, целевой аудитории и т.п.	Организация и проведение Медицинской конференции MedExpo, выставки инноваций IT Forum

Источник: составлено автором.

Для полноценного функционирования и развития конгрессно-выставочной отрасли, необходимы высококвалифицированные специалисты, что будет способствовать увеличению количества событий и повышению качества проводимых мероприятий. В настоящее время отмечается тенденция снижения численности занятых в индустрии. В 2023 году занятость в индустрии составила 21 799 человек, что на 2% ниже, чем в 2022 году. Однако, количество действующих предпринимателей в сфере конгрессно-выставочной деятельности по ОКВЭД 82.30 – «Организация конференций и выставок» увеличилось на 16% и составило 1839 человек [128].

Анализ данных по глобальной торговле услугами демонстрирует устойчивый рост, увеличившись в 2024 году на 10% по сравнению с 2023 годом, наибольший вклад внесла отрасль туризма, её объём вырос на 14% и достиг 1,74 трлн. долларов США [153]. Драйверами роста стали восстановление поездок после пандемии коронавирусной инфекции и внедрение новых безвизовых режимов в ряде стран, что облегчило международные перемещения.

На рисунке 1.5 представлены данные по торговле коммерческими услугами с 2020 года по 2024 год. Отмечается тенденция устойчивого роста, исходя из этого представленный период можно охарактеризовать как этап

перехода от кризисного падения к фазе умеренного роста и диверсификации экспорта услуг.

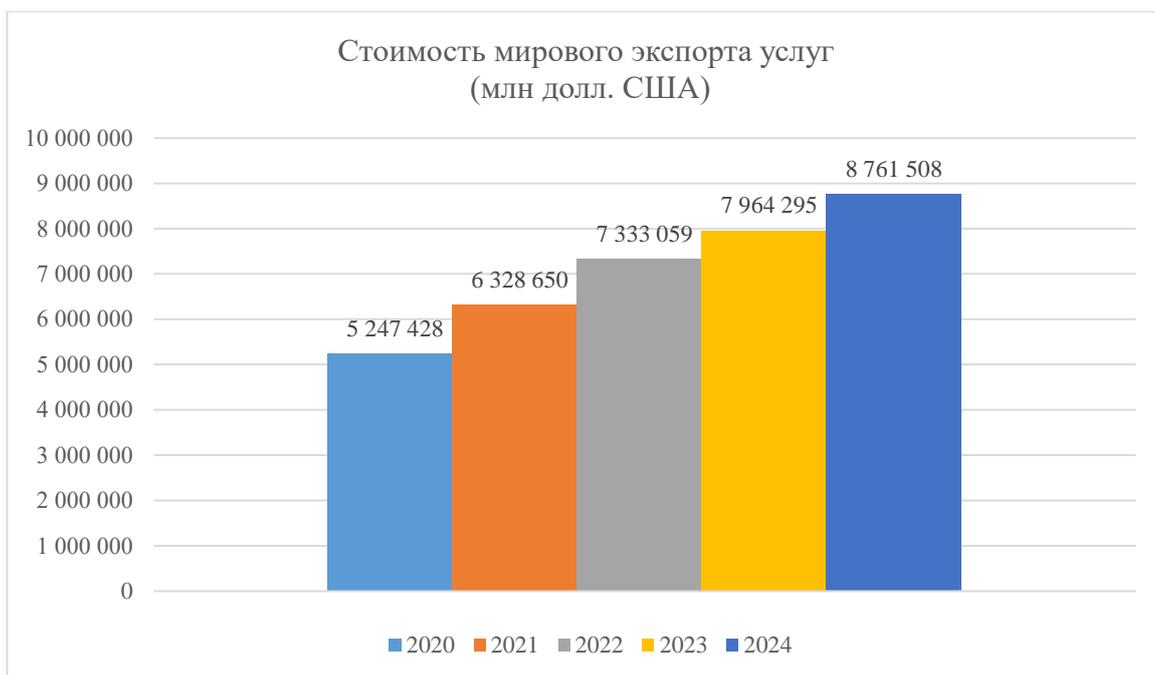


Рисунок 1.5 - Стоимость мирового экспорта услуг [153]

Для Российской Федерации данные тенденции имеют особое значение, поскольку структура экспорта услуг позволяет оценить степень интеграции в мировое экономическое пространство и выявить направления, в которых отечественный сектор услуг наиболее конкурентоспособен. С этой целью, а именно для определения актуального способа поставки услуг Российской Федерации требуется рассмотреть данные по экспорту за 2024 год (таблица 1.7).

В 2024 году самым доходным был второй способ поставки, который предусматривает дистанционное потребление услуги, без пересечения границы продавцом и услугой, далее идёт первый способ потребления услуги, в рамках которого услуга пересекает границу, однако, продавец и покупатель находятся на территории государства. Представленная статистика демонстрирует концентрацию в двух основных способах поставки.

**Экспорт услуг Российской Федерации по отдельным видам
по способам поставки за 2024 год (в млн долл. США)**

Вид услуги	Всего	Способы поставки			
		1	2	3	4
Все услуги (без учета государственных услуг)	41 217,86	13 961,50	24 244,58	2 729,78	281,82
Транспортные услуги	13 937,84	4 237,55	9626,00	-	74,29
Поездки	7 596,55	-	7 596,55	-	-
Телекоммуникационные, компьютерные и информационные услуги	2 385,98	2331,77	44,08	-	10,13
Прочие деловые услуги	6 477,1	5 361,4	937,01	-	178,68
Профессиональные услуги и консультационные услуги в области управления	1923,34	1821,5	95,19	-	6,65

Примечание – К 1 способу поставки относится трансграничная поставки услуги, ко 2 способу потребление услуги за границей, к 3 способу коммерческое присутствие, к 4 способу относится перемещение физических лиц предоставляющих услугу на территорию другого государства.

Источник: составлено автором на основании [108].

В 2024 году самым доходным был второй способ поставки, который предусматривает дистанционное потребление услуги, без пересечения границы продавцом и услугой, далее идёт первый способ потребления услуги, в рамках которого услуга пересекает границу, однако, продавец и покупатель находятся на территории государства. Представленная статистика демонстрирует концентрацию в двух основных способах поставки.

Прочие деловые услуги в структуре экспорта за 2024 год составили 6.5 млрд. долларов, из которых почти 83% поставляется первыми двумя способами, что демонстрирует востребованность первых двух способов по каждому виду представленных услуг. Необходимо сделать вывод, что структура экспорта услуг имеет чёткое разделение. Там, где речь идёт о

физическом перемещении (транспорт или поездки) лидером является 2 способ. В то же время, все виды интеллектуальных и цифровых услуг, телекоммуникации, деловые услуги, консалтинг базируются почти исключительно в рамках 1 способа.

Особенно острым в вопросе экспорта конгрессно-выставочных услуг является вопрос подготовки кадров в сфере конгрессно-выставочной деятельности, она должна осуществляться системно с привлечением преподавателей из смежных направлений, таких как экономика, менеджмент и т.д. Специалисты сферы должны обладать компетенциями в различных областях знаний, что позволит повысить качество мероприятий и увеличить количество проводимых конференций, форумов и выставок.

Совершенствование образовательных стандартов является основным драйвером управления качеством подготовки специалистов, так как именно в них фиксируется набор умений, навыков и профессиональных знаний [42]. Для разработки образовательных стандартов требуется привлекать практикующих экспертов конгрессно-выставочного рынка — представителей площадок, гостиничного бизнеса и организаторов мероприятий, поскольку они понимают целесообразность тех или иных требований для будущих кадров.

Стоит отметить, что к экспорту конгрессно-выставочных услуг относится совокупность разных видов экономической деятельности (транспортная инфраструктура, гостиничный и ресторанный бизнес, маркетинговые услуги, услуги связи, консалтинг и аналитика, банковские и страховые услуги, и т.п. Так, для проведения комплексного анализа конгрессно-выставочной деятельности необходимо определить и структурировать основные направления экономической активности, которые прямо или косвенно могут быть задействованы в процессе экспорта услуг данной сферы. Их систематизация позволяет оценить степень мультипликативного эффекта и обосновать роль конгрессно-выставочной деятельности как драйвера международной деловой активности. (таблица 1.8).

Направления деятельности, задействованные в экспорте конгрессно-выставочных услуг

Направление деятельности	Как задействованы в экспорте услуг	Пример
Проведение конгрессно-выставочных мероприятий	Организация и проведение специализированных конгрессов, выставок и форумов	Проведение Международной выставки-ярмарки туристских услуг «ОТДЫХ» в качестве генерального партнера которой выступала Нижегородская область Российской Федерации [105].
Транспорт	Организация логистики от основных транспортных хабов до места проведения события	Организация транспортной логистики для проведения мероприятий компанией Russiya Logistik [34]
Подготовка кадров	Обучение, повышение квалификации и переквалификация специалистов	Программа обучения в рамках академии ПМЭФ
Маркетинговые мероприятия	Организация маркетинговой кампании привлечению участников, спикеров и экспертов к участию	Маркетинговые кампании в рамках мероприятий, организованные компанией Eventum Pro [79]
Конгрессно-выставочная инфраструктура	Строительство и модернизация площадок для проведения мероприятий	Создание Экспоцентра в Казани; реконструкция павильонов «Крокус Экспо» в Москве.
Техническое обеспечение проведения конгрессно-выставочного мероприятия	Предоставление оборудования для проведения конгрессов, выставок и форумов, стендов, выставочных конструкций, аудиовизуальной техники	Выставка "Иннопром" в Екатеринбурге: для участников были предоставлены высокотехнологичные выставочные стенды, оборудование для демонстрации продукции (проекционные системы, интерактивные панели), системы видеоконференцсвязи для удаленных презентаций.
Сервисное сопровождение участников	Организация визовой поддержки, делового сопровождения (сопровождения делегаций), переводческих услуг	В рамках крупных форумов, таких как Петербургский международный экономический форум, WorldSkills 2019 предлагались пакеты услуг, включающие бронирование отелей, трансфер, экскурсионные программы, визовую поддержку и услуги переводчиков
Цифровизация и инновации	Организация виртуальных и гибридных мероприятий, использование цифровых платформ, разработка мобильных приложений и сервисов для участников	Российским экспортным центром была организована виртуальная выставка «Made in Russia», в которой участники в режиме реального времени могли презентовать свою продукцию или услуги, а также проводить видеоконференции с потенциальными партнерами и инвесторами [107]

Источник: составлено автором.

Системный экспорт конгрессно-выставочных услуг необходимо рассматривать как комплекс мероприятий, который позволит получить дополнительные налоговые поступления. Необходимо учесть, что часть направлений деятельности при организации конгрессно-выставочного мероприятия относится к смежным отраслям экономики (логистика, управление персоналом, маркетинг и т.п.). Именно поэтому для успешного развития экспорта конгрессно-выставочных услуг необходимо взаимодействие нескольких секторов экономики.

Кроме того, значимую роль играет развитие гостиничной инфраструктуры, так как участники и гости мероприятий нуждаются в комфортном размещении. Уровень сервиса в гостиницах и близость к выставочным центрам напрямую влияют на общий имидж страны как привлекательного места для проведения конгрессов и выставок. Для этого необходимо объединять усилия представителей конгрессно-выставочной отрасли Российской Федерации с гостиничной сферой, так как гостиницы являются не только средством размещения для гостей, но и могут выступать площадками для проведения конференций, семинаров, конференций и выставок.

Издание Meetings Today провело исследование Meetings Today Trends Survey 2024 (рисунок 1.6), в рамках которого организаторы мероприятий (181 компания) отметили важные факторы для успешного проведения конгрессно-выставочного события. Стоит отметить, что это ежегодное исследование, которое анализирует актуальные тренды и изменения в индустрии встреч, конференций и мероприятий. Результаты исследования являются ценным ресурсом для профессионалов отрасли, так как представляют глубокую аналитику, прогнозы и данные, с помощью которых можно планировать долгосрочные стратегии и адаптироваться к изменениям рынка.



Рисунок 1.6 - Факторы, способствующие успешному проведению конгрессно-выставочных мероприятий [149]

Исходя из приведенных выше критериев можно сделать вывод, что основной составляющей конгрессно-выставочных мероприятий является доступность площадки - её месторасположение должно быть близким относительно основных транспортных узлов, таких как вокзалы и аэропорты. Однако, в части регионов Российской Федерации отсутствуют аэропорты - к ним можно отнести Владимирскую, Еврейскую автономную, Новгородскую, Орловскую, Рязанскую, Смоленскую, Тверскую, Тульскую области, а также две республики: Адыгею и Карачаево-Черкесию. Таким образом, перечисленные выше регионы будут испытывать трудности в развитии конгрессно-выставочной деятельности на своей территории. Иностранные участники мероприятий и гости, которые пользуются авиасообщением, смогут принять участие в событии только через соседние регионы, обладающие соответствующей инфраструктурой.

Если рассматривать конгрессно-выставочные услуги через призму экспорта, то важно отметить, что транспортная система должна быть развита, как со стороны отправляющей, так и со стороны принимающей стороны, что создаст дополнительные преимущества для проведения событий, так как осуществление внешнеэкономической деятельности предполагает

использование качественной транспортной инфраструктуры. В то же время, экспорт конгрессно-выставочных услуг не всегда подразумевает использование логистики напрямую, поскольку конгрессно-выставочная деятельность может быть экспортирована с использованием онлайн-технологий. Так, например, образовательные услуги, которые также могут быть задействованы при экспорте деятельности по проведению конгрессов и форумов могут проходить не только на онлайн платформах, но и при помощи непосредственного участия в образовательных стажировках на территории другого государства.

Резюмируя все сказанное выше, можно сделать акцент на том, что экспорт конгрессно-выставочной деятельности особенно важен для развития современной региональной и отраслевой экономики, так как сегодня индустрия конгрессов и выставок может объединить усилия государственных органов, частного бизнеса и научного сообщества для решения актуальных вопросов устойчивого развития.

Помимо этого, доходы от экспорта конгрессно-выставочных услуг позволяют увеличить налоговые поступления в бюджет государства. Однако, в данный момент необходимо учитывать, что развитие индустрии происходит в соответствии с цифровой трансформацией сферы услуг, поскольку отрасль подвержена изменениям, в том числе благодаря цифровизации. Тем не менее, не смотря на её успешное применение в сфере частного бизнеса и деятельности органов государственного управления, исследователями отмечается недостаточное научное представление о содержании понятия диджитализация [47]. Можно отметить, что при помощи цифровой трансформации появляется возможность преобразовывать и изменять бизнес-процессы в компаниях и государственных структурах [131].

1.3. Классификация экспорта конгрессно-выставочных услуг

Необходимо подчеркнуть, что обществу, функционирующему в условиях постиндустриальной экономики, присуще развитие третичного

сектора экономики, в частности, оптимизация и усовершенствование сферы услуг. Так, конгрессно-выставочная индустрия является одной из составляющих, влияющих на рост экономики, а экспорт услуг в целом отмечается как новая точка для развития постиндустриальных государств [23].

Актуальность развития конгрессно-выставочной деятельности в Российской Федерации обусловлена тем, что данная индустрия создаёт мультипликативный эффект для развития смежных отраслей. К примеру, при проведении конгрессов, форумов, выставок или конференций используются инфраструктура не только площадки для проведения мероприятий, но и транспортных компаний, гостиниц, ресторанов и других субъектов рынка. Необходимо сделать акцент, на том, что развитие системы управления данной отраслью позволит не только проводить мероприятия в соответствии с международными требованиями.

Стоит отметить, что для успешного экспорта конгрессно-выставочных услуг необходимо развивать отрасль за счёт совершенствования нормативно-правовой базы. Сегодня основным субъектом регулирования отрасли в Российской Федерации выступает государство. Оно разрабатывает меры поддержки, при помощи отраслевого сообщества создает стандарты и регламенты для развития конгрессно-выставочной индустрии.

Одним из ключевых вопросов развития экспорта в условиях конгрессно-выставочной деятельности является разработка классификации экспорта конгрессно-выставочных услуг. В данный момент отсутствует единая систематизация экспорта конгрессно-выставочных услуг, в том числе на международном уровне. Существуют классификации в рамках конгрессно-выставочной деятельности, например, в Центральной классификации продуктов ООН (СРС - Central Product Classification) услуги, связанные с организацией выставок и конференций, входят в раздел «Услуги по организации торговых ярмарок и выставок» [82]. СРС является универсальной системой классификации товаров и услуг, которая используется для гармонизации экономической статистики и учета международной торговли,

что способствует четкому определению категории услуг для формирования программ поддержки и привлечению дополнительных инвестиций.

В Российской Федерации существует национальный классификатор услуг, в котором представлены только услуги по обеспечению комплексной подготовки и проведению конгрессного мероприятия [68]. Однако, национальные классификаторы ориентированы на внутреннее потребление услуг и не всегда отражают специфику экспорта конгрессно-выставочной деятельности.

Помимо этого, отмечаются классификации конгрессно-выставочных услуг: в зависимости от типа услуг (форумы, конференции, выставки, конгрессы и т.п.), географического охвата (региональные, национальные, международные), цели участия и ряд других [65].

Классификация даёт возможность определить какой из видов конгрессно-выставочных услуг наиболее востребован на внешних рынках и какие из них имеют значительный потенциал для роста. Это важно для разработки стратегий развития экспорта услуг, так как классификация позволяет выделить ключевые направления, требующие улучшения для повышения уровня конкурентоспособности.

Систематизация направлений и видов экспорта конгрессно-выставочных услуг также важна для формирования правильной системы статистического учета, что зачастую необходимо для осуществления мониторинга рынка, а также для разработки государственной политики в сфере конгрессов, выставок и форумов. Для развития экономики важно отличать виды деятельности, приносящие доходы от тех, которые приносят убытки.

Наличие классификации дает возможность развивать конкретные сектора экономики, которые задействованы при осуществлении конгрессно-выставочной деятельности (образовательные, транспортные, информационные и другие услуги). С учетом тенденций развития потребительских предпочтений, а также изменения рынков сбыта услуг

необходимо понимание для планирования и инвестирования в те сектора сферы услуг, которые имеют наибольшие перспективы роста.

Таким образом, классификация экспорта услуг имеет стратегическое значение для всей экономики страны, поскольку она позволяет точно ориентироваться в глобальных рыночных тенденциях, повышать эффективность управления внешнеэкономической деятельностью и развивать ключевые сектора экономики.

Для разработки классификации необходимо рассмотреть детально административно-экономическое регулирование в данной сфере, к которым относится система методов и инструментов, используемых органами государственной власти с целью управления конгрессно-выставочной деятельностью (таблица 1.9).

Таблица 1.9

Предлагаемые способы административно-экономического регулирования конгрессно-выставочной деятельности

Административное регулирование	Пример	Экономическое регулирование	Пример
Законы и нормативные акты	Закон «О выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности» (на стадии обсуждения) [31]	Налоги и сборы	Льготы по налогу на имущество для выставочных комплексов – освобождение и отсрочка арендной платы (применялись во время распространения коронавирусной инфекции) [91; 94]
Лицензирование и квотирование	Лицензирование деятельности выставочных операторов	Субсидии и гранты	Государственная поддержка выставочной деятельности за счет субсидий – Так, например, центром развития и поддержки предпринимательства предоставлялась субсидия на сумму не менее размера субсидий, предоставленных получателю субсидий в соответствии с Порядком предоставления субсидий [122; 25]

Контроль и надзор	Проверки контролирующим и органами соблюдения стандартов проведения мероприятий	Государственные закупки	Заключение контрактов на проведение мероприятий в рамках госпрограмм
		Регулирование цен и тарифов	Установление предельных цен на услуги аренды конгрессных и выставочных площадок

Источник: составлено автором на основании [25; 31; 91; 94; 122].

С целью эффективного регулирования конгрессно-выставочной деятельности требуется разработать и внедрить систему лицензирования для организаций, осуществляющих деятельность в этой сфере. Это позволит повысить качество услуг и привлечь большее количество участников на мероприятия, так как аккредитация организаторов форумов, выставок и конференций предотвратит возможные нарушения прав и интересов самих участников. При проведении событий, в частности организации выставочного пространства, предусмотрен монтаж и демонтаж оборудования, что должно соответствовать техническим регламентам. Лицензирование деятельности позволит подходить к проведению мероприятий с учётом необходимых требований к безопасности. Для того, чтобы проводить эффективное административно-экономическое регулирование требуется рассмотреть отличительные характеристики конгрессно-выставочной деятельности в экспорте конгрессно-выставочных услуг.

С целью комплексного анализа развития экспорта конгрессно-выставочных услуг необходимо выделить отличительные характеристики конгрессно-выставочной деятельности (таблица 1.10).

Приведенные отличительные характеристики говорят о необходимости системного развития не только рынка конгрессно-выставочных услуг, но и смежных отраслей экономики.

**Отличительные характеристики конгрессно-выставочной
деятельности с точки зрения экспорта услуг**

Характеристика	Описание
Разнообразие продукта	Продукт конгрессно-выставочной деятельности не имеет единства, поскольку помимо проведения самого мероприятия, данная деятельность может включать в себя культурные, спортивные и иные мероприятия.
Взаимодействие с другими секторами экономики	Конгрессно-выставочная деятельность тесно взаимосвязана с логистикой, гостиничным и ресторанным бизнесом, что в свою очередь способствует развитию иных отраслей.
Неоднородность участников мероприятий	В мероприятиях принимают участие представители различных отраслей и государств, что затрудняет проведение полноценной маркетинговой кампании.
Отсутствие сезонности	Конгрессы, конференции, форумы и выставки могут проходить вне зависимости от туристического сезона, что позволяет приносить доход в региональный и федеральный бюджеты на протяжении всего года.

Источник: составлено автором.

Приведенные отличительные характеристики говорят о необходимости системного развития не только рынка конгрессно-выставочных услуг, но и смежных отраслей экономики.

Организация мероприятий представляет собой центральный элемент при экспорте конгрессно-выставочных услуг, однако её реализация требует комплексного подхода, который интегрирует множество сопутствующих видов деятельности. Непосредственное проведение форума, конференции или выставки на определенной площадке формирует основной вид деятельности, но успех и эффективность данного мероприятия зависят от взаимодействия с рядом смежных рынков. С целью систематизации нами предложены критерии классификации конгрессно-выставочных услуг с точки зрения экспорта (таблица 1.11).

Прежде всего, организация мероприятий включает разработку концепции, определение целей и задач, а также формирование программы, которая будет соответствовать ожиданиям целевой аудитории. Однако этого недостаточно - мероприятие требует тщательной подготовки логистики, включая выбор и аренду подходящей площадки, техническое обеспечение, организацию транспорта, а также обеспечение комфортных условий

размещения для участников и спикеров. Каждая из этих составляющих играет ключевую роль в создании профессиональной и привлекательной среды, способствующей достижению деловых и образовательных целей.

Анализируя критерии классификации конгрессно-выставочных услуг с точки зрения экспорта требуется отметить, что территориальный признак позволяет расширить географию, экспортный эффект зависит от количества иностранных участников и валютной выручки. Одновременно с этим проведение мероприятия в гибридном формате позволяет увеличить количество иностранных участников без дополнительных расходов на трансфер, проживание, питание и т.п., что позволяет сократить углеродный след от проводимых конгрессно-выставочных мероприятий.

Стоит обратить внимание на такую форму организации как кластерные консорциумы, в рамках которых происходит кооперация нескольких организаций с целью совместного продвижения конгрессно-выставочных услуг на внешние рынки, что даёт возможность объединить усилия представителей рынка конгрессно-выставочных услуг и достичь большего результата.

В рамках экспортной деятельности форма организации, которая занимается экспортом конгрессно-выставочных услуг дает возможность определить доступ к мерам государственной поддержки, налоговому режиму, что в свою очередь влияет на гибкость ценового предложения, в том числе на гибкость влияет критерий государственной поддержки. Благодаря грантам, субсидиям и иным мерам федерального, регионального и институционального содействия можно снизить стоимость услуг путем компенсации части затрат организаторам конгрессно-выставочных мероприятий.

В свою очередь, в рамках представленных критериев классификации эффективность экспортной деятельности необходимо оценивать исходя из доли экспортных сделок в рамках конгрессно-выставочного мероприятия.

Критерии классификации конгрессно-выставочных услуг с точки зрения экспорта

Критерий	Содержание	Пример
Вид предоставляемых услуг	Базовые	Аренда павильонов/ залов, регистрация, стенд-строительство, экспозиционное и медиатехническое оснащение, услуги переводчиков, кейтеринг, охрана, клининг
	Расширенные	(маркетинговая программа «hosted buyers», B2B-биржи, деловые миссии, транспортно-складская логистика, визовая и аккредитационная поддержка)
	Цифровые	онлайн-платформа трансляций, matchmaking-алгоритмы, lead-retrieval, аналитика Big Data, виртуальные/AR-стенды
	Комплекс «Под ключ»	PCO/PCO-сопровождение, страхование, ESG-аудит события
Территориальный признак	Онлайн-глобальный	Полностью в онлайн формате
	Транснациональный	Серия конгрессов в нескольких странах
	Международный	Одна принимающая страна
Формат мероприятия	Выставка/ярмарка, конгресс, конференция, форум, саммит, симпозиум, семинар	Очно (офлайн), онлайн, гибридный формат
Форма организации	Коммерческие	ООО, АО, ОАО
	Некоммерческие	АНО, Ассоциации
	Государственные учреждения	Федеральные государственные учреждения, региональные государственные учреждения
	Профессиональный организатор	Professional Conference Organizer (PCO)
	Кластерные консорциумы	Туроператор + конгресс-бюро + отель
Эффективность экспортной деятельности	Высокоэффективные	ROI > 3
	Средняя эффективность	1 <= ROI <= 3
	Низкая эффективность	ROI < 1
Структура затрат	Прямые	Аренда площадки, застройка, организационные взносы, цифровая платформа
	Непрямые	транспорт, проживание, суточные, маркетинг, страховки
	Субсидируемые/Несубсидируемые	Субсидируемые государством, либо все расходы за счёт организаторов
	Федеральная	Субсидии Минпромторга, Минэкономразвития,

Государственная поддержка	Региональная	GR-Пакеты, субсидии комитетов по туризму, региональных конгресс-бюро
Уровень внедрения цифровых технологий	Продвинутый	End-to-end цифровая платформа, AI-matchmaking, VR/AR-экспозиции, NFT-бэйджи
	Средний	Мобильное приложение, QR-аналитика потока, CRM-интеграции
	Базовый	Онлайн-регистрация, электронные билеты
Валюта оплаты услуг	Национальная валюта	Рубли
	Мировые валюты	Доллар США, евро, японская иена и фунт стерлингов
Тип деятельности	Постоянная	Проведение мероприятий на регулярной основе, организаторами могут быть конгрессно-выставочные центры, PCO, конгресс-бюро
	Проектная	Проведение мероприятий по разовым заявкам или инициативе временно сформированных команд (международный саммит), Организаторами могут выступать: Ad hoc организаторы, временные рабочие группы

Источник: составлено автором.

Уровень внедрения цифровых технологий в том числе снижает организационные издержки при экспорте конгрессно-выставочных услуг, создает возможность дистанционного участия в конгрессе, выставке или форуме, оплате участия или регистрации. Оплата услуг может проводиться как в национальной валюте, так и в мировой. Однако, стоит отметить, что оплата экспортных услуг чаще всего проходит в мировой валюте, что увеличивает привлекательность для иностранных участников и снижает валютные риски при экспорте конгрессно-выставочных услуг.

Базовый уровень внедрения цифровых услуг можно рассмотреть преимущественно в отдельных элементах при проведении форума, например, при регистрации или входе участников на мероприятие и может включать базовые формы онлайн регистрации, отправку электронных билетов на почту, рассылку программы мероприятия на почту участника. Такой уровень характерен для мероприятий с ограниченным количеством участников, цифровые сервисы выступают как удобный инструмент, а не является ключевым элементом всей системы организации и проведения конгрессно-выставочного мероприятия.

К среднему уровню внедрения цифровых решений можно отнести внедрение и использование технологий в ключевых процессах управления мероприятием в части работы с участниками, спикерами, проведения аналитики и сопровождения текущего мероприятия. Организаторы со средним уровнем внедрения цифровых технологий позволяют участникам формировать расписание и график посещения. С помощью QR-аналитики анализируется посещаемость отдельных стендов или деловых сессий, что позволяет оценить актуальность повестки мероприятия. Интеграция с CRM системами дает возможность не только проводить аналитику конгресса, выставки или форума, но и предлагать персонализированные предложения.

В рамках продвинутого уровня использования технологий речь идет не только об использовании конкретных инструментов, ключевым является цифровая трансформация конгрессно-выставочного мероприятия.

Применяются сквозные (end to end) цифровые платформы, которые обеспечивают целостную систему взаимодействия между участниками и организаторами. Внедрение технологий AI способствует более продуктивному участию в конгрессно-выставочных мероприятиях путем подбора наиболее релевантных контактов или секций в зависимости от интереса участника. Аналитика становится более глубокой благодаря использованию больших данных. Организаторы могут моделировать поведение участников и прогнозировать трафик.

Рассматривая критерий по типу деятельности можно выделить проектный и постоянный. С целью долгосрочной реализации экспорта конгрессно-выставочных услуг, продвижения государства на мировой арене рынка конгрессов, выставок и форумов целесообразно рассматривать постоянный тип деятельности, который позволит отслеживать метрики развития экспорта, выстраивать взаимодействие с зарубежными партнерами.

Одним из ключевых критериев является эффективность экспорта конгрессно-выставочных услуг, поскольку даёт возможность оценить результативность вложенных ресурсов. В рамках конгрессно-выставочной деятельности эффективность отражает соотношение полученных доходов от участия клиентов и партнеров к совокупным затратам на организацию, продвижение и проведение мероприятий. Так, в предложенных критериях рассмотрено три основные категории:

Высокоэффективная деятельность ($ROI > 3$) включает мероприятия, которые приносят более, чем тройную отдачу на вложенные средства. Как правило, это крупные международные конгрессы или отраслевые форумы с высокой посещаемостью иностранными делегациями, привлечением спонсоров. Высокая эффективность может быть связана с успешным брендом мероприятия, участием профессиональных организаторов, эффективной маркетинговой стратегией.

Конгрессно-выставочные услуги со средним уровнем эффективности ($1 \leq ROI \leq 3$) дают положительную, но умеренную финансовую отдачу.

Зачастую это мероприятия регионального масштаба, в которых участвует ограниченное число зарубежных участников и партнеров. Проекты по данному критерию могут быть перспективными с точки зрения развития экспортного потенциала, однако, требуют привлечения большего количества участников, а также увеличения числа партнеров.

Низкоэффективная деятельность ($ROI < 1$) охватывает мероприятия расходы на организацию которых превышают выгоду от участия иностранных делегатов, что может быть связано с недостаточным спросом, незначительной маркетинговой кампанией или нерелевантностью мероприятия для международных рынков. Такие мероприятия требуют корректировки бизнес модели в виду возможной важной стратегической роли для продвижения территории, либо отрасли.

Таким образом, проведенное исследование подтверждает необходимость разработки критериев классификации конгрессно-выставочных услуг с точки зрения экспорта как инструмента, позволяющего глубже понять структуру и динамику данной отрасли в международном контексте. Предложенные критерии, основанные на виде предоставляемых услуг, территориальном признаке, формате мероприятия, форме организации, эффективности экспортной деятельности, структуре затрат, государственной поддержке, уровне внедрения технологий, типу деятельности и валюте оплаты услуг способствуют упрощению анализа рыночных трендов, определению конкурентных преимуществ и разработке эффективных стратегий выхода на новые рынки.

Дальнейшие исследования могут быть направлены на апробацию предложенных критериев на примере отдельных стран или регионов, а также на разработку методик количественной оценки экспорта конгрессно-выставочных услуг в различных сегментах рынка.

Глава 2. Современные тенденции и оценка уровня развития экспорта конгрессно-выставочных услуг в России

2.1. Предпосылки для развития экспорта конгрессно-выставочных услуг

В современных экономических и социальных условиях конгрессно-выставочная деятельность сталкивается с неопределенностью, которая характеризуется нестабильной ситуацией. Сегодня происходит трансформация как глобальных, так и локальных рынков услуг. Требуется отметить, что в период изменений Российская Федерация может стать ведущей дестинацией в области организации конгрессов и выставок.

Конгрессно-выставочная отрасль является уникальной частью экономики, которая позволяет продвигать как продукт фирмы или предприятия, так и регион в целом. В индустрии заняты более 2 тысяч компаний, а выручка составляет 161,1 млрд. рублей в год, а также создаёт рабочие места для 140 тысяч человек [97]. Развитие кадрового потенциала особенно актуально в настоящее время, когда на рынке недостаточно высококвалифицированных специалистов. В то же время можно отметить нехватку образовательных направлений, связанных непосредственно с подготовкой профессионалов в индустрии конгрессов и выставок. Чаще всего подготовка кадров для конгрессно-выставочных услуг проводится в рамках укрупненных направлений (сервис и туризм, экономика и управление и т.п).

Необходимость поддержки и развития конгрессно-выставочной деятельности отмечается на уровне Правительства Российской Федерации. Подчёркивается, что сфера относится к национальным целям развития государства. Отдельно требуется отметить актуальность объединения усилий всех участников системы, в том числе представителей органов государственной власти Российской Федерации, союзов, объединений и профессиональных ассоциаций.

В стратегии развития конгрессно-выставочной деятельности отмечается, что доля России на мировом рынке конгрессных мероприятий составляет менее 1%, а именно менее 100 значимых мероприятий [4], что недостаточно для комплексного развития отрасли. Помимо этого, доля страны на мировом выставочном рынке составляет менее 2% [4], что также не способствует продвижению выставочного сегмента на международном уровне.

В 2024 году в России прошёл ряд ключевых международных событий, например, Российско-Африканский форум, Петербургский Международный экономический форум и д.р., а также была продолжена в г. Москве крупнейшая выставка-форум «Россия», где были представлены все субъекты Российской Федерации. За первые полтора месяца выставку посетило более 3 млн. человек [134], что свидетельствует о растущем спросе на проведение конгрессов, выставок и форумов. Сложная геополитическая ситуация позволяет представителям российского конгрессно-выставочного бизнеса освоить новые рынки стран Азии, таких как Китай, Казахстан, Индия и т.д.

Основными крупнейшими площадками Российской Федерации для проведения конгрессно-выставочных мероприятий являются «Экспоцентр» в г. Москве и «Экспофорум» в г. Санкт-Петербург, в котором отмечается рост делового туризма более 24% в год, именно отрасль конгрессов и выставок приносит доход в бюджет не менее 70 млрд. руб., что составляет 15% доходов от всех видов туризма[90].

Экспофорум является не только площадкой для проведения мероприятий, но и организатором событий [121]. Помимо организации конгрессов, форумов и выставок на территории Санкт-Петербурга у предприятия имеется полный комплекс услуг по организации крупных событий за рубежом - от визовой поддержки до разработки деловой программы.

Экспоцентр также является площадкой, которая проводит собственные выставки. В 2023 году в нём прошло 97 международных выставок, 845

конгрессов, симпозиумов и конференций. Помимо этого, участие в проводимых мероприятиях приняло 30 156 компаний [35].

Среди крупнейших представителей отрасли выделяются не только площадки и организаторы мероприятий, но и ассоциации, которые влияют на развитие индустрии, а также конгрессно-выставочные бюро, которые могут финансироваться как за счёт государственных, так и за счёт частных средств. Сегодня в Российской Федерации осуществляют свою работу семь региональных конгресс-бюро и одно Национальное конгресс-бюро, а также ряд региональных организаций, выполняющих функции по продвижению конгрессно-выставочной отрасли и делового туризма [16]. Перечень ключевых участников рынка конгрессно-выставочной деятельности представлен в таблице 2.1.

Таблица 2.1

**Перечень основных участников
конгрессно-выставочного рынка в Российской Федерации**

Площадки	Организаторы	Конгрессно-выставочные бюро	Ассоциации, исследовательские центры
ЦВК «Экспоцентр», г. Москва [116]	Фонд «Росконгресс» [48]	АНО «Конгрессно-выставочное бюро г. Москвы» [92]	Российский союз выставок и ярмарок [83]
КВЦ «Экспофорум», г. Санкт-Петербург [72]	«Экспофорум» [72]	Конгрессно-выставочное бюро г. Санкт-Петербурга [75]	Всероссийский научно-исследовательский центр R&C [70]
Международный выставочный центр «Казань Экспо», г. Казань [73]	Выставочное объединение "РЕСТЭК" [21]	Конгресс-бюро Башкортостана «Офис-Группа» [7]	Торгово-промышленные палаты Российской Федерации [117]
Международный выставочный центр «Екатеринбург Экспо», г. Екатеринбург [71]	МВК - Международная выставочная компания [74]	Уральское конгресс-бюро [29]	Камчатский выставочно-туристический центр [115]
Главный медицентр Олимпийского парка, г. Сочи [67]	Business to Business Conference Group [133]	Конгресс Визит Бюро Сочи [30]	
ВДНХ, г. Москва [14]		Черноморское конвеншн бюро [64]	
		Ярославское конвеншн бюро [26]	

Источник: составлено автором на основании [80].

Стоит отметить, что взаимодействие с другими участниками конгрессно-выставочной отрасли играет важную роль, особенно на межгосударственном уровне. Для этого необходимо выстраивать стратегию долгосрочного сотрудничества не только между представителями органов государственной власти, но и между профессиональными ассоциациями, поскольку именно представители таких союзов обладают необходимыми компетенциями для развития индустрии в целом.

Привлечение крупнейших предприятий и ассоциаций в Российской Федерации для участия в выставках и форума актуально, поскольку позволяет налаживать контакты в области B 2 B сегмента, а также представлять продукт или услуги компаний. Сегодня только 20% компаний из различных сфер принимают участие в конгрессно-выставочных мероприятиях [109].

Стоит отметить, что существующие данные по проведенным конгрессам и выставкам, носят разобщенный характер. Исходя из данных Выставочного научно-исследовательского центра, в совокупности объём конгрессно-выставочной деятельности в стране составляет 182,1 млрд. рублей [4] и приносит значительный вклад в бюджетную систему.

Согласно данным, представленным в таблице 2.2 мы можем отметить, что показатели в 2023 г. по всем экспортируемым видам услуг снижаются относительно аналогичных периодов 2022 г. Однако, общий объём экспорта услуг в 2024 году увеличился несмотря на снижение показателей по некоторым видам услуг. Так, можно отметить рост личных, культурных и рекреационных услуг, государственных услуг, финансовых услуг, а также рост платы за использование интеллектуальной собственности. Общий показатель экспортированной стоимости демонстрирует восстановление после кризиса экономики в 2022 году. Однако, объём экспорта услуг не вернулся к докризисным показателям. Стоит отметить, что на объём экспортированной стоимости особенно остро влияют экономические, политические и социальные кризисы.

Перечень основных услуг, экспортируемых Российской Федерацией (в млн долл. США)

Наименование услуги	Экспортированная стоимость в 2022 г.	Экспортированная стоимость в 2023 г.	Экспортированная стоимость в 2024 г.
Все услуги	48 623 360	40 983 750	43 005,58
Транспорт	14 926 010	14 988 170	13 937,84
Деловые услуги	10 117 390	7 239 090	2 651 010
Путешествия	5 597 690	6 781 580	3 994 140
Телекоммуникационные, компьютерные и информационные услуги	5 831 350	2 854 670	2 385 990
Государственные товары и услуги	811 830	795 456	967 840
Личные, культурные и рекреационные услуги	311 020	179 640	196 110
Страховые и пенсионные услуги	362 630	337 880	308 510
Финансовые услуги	1 294 560	707 370	2 150 590
Плата за использование интеллектуальной собственности, не отнесенная к другим категориям	744 370	455 370	553 650

Источник: составлено автором на основании [108; 150].

Национальным конгрессно-выставочным бюро также проводится аналитика по конгрессно-выставочному рынку Российской Федерации и отмечается рост конгрессно-выставочных событий, которых стало на 20% больше, чем в аналогичном периоде 2022 года, когда на индустрию особенно остро влиял санкционный режим [99].

За прошедшие несколько лет конгрессно-выставочная отрасль в России и мира развивалась по одинаковым направлениям, особенно негативное влияние на состояние сферы оказала пандемия коронавирусной инфекции, в следствие которой часть предприятий не только в сфере MICE сегмента, но и в сфере туризма в целом, были закрыты. Однако, необходимо отметить тенденцию перехода мероприятий в гибридный формат, во время пандемии это получило особую популярность, участники могли принимать участия в форумах и выставках вне зависимости от своего местонахождения.

На основании вышесказанного можно выделить следующие тенденции в развитии экспорта конгрессно-выставочных услуг Российской Федерации:

1. **Усиление значимости обеспечения соответствия мероприятий на рынке конгрессно-выставочных услуг международным стандартам и требованиям.** Российский союз выставок и ярмарок разрабатывает стандарты деятельности, ориентируясь на международные системы и классификации, что позволяет проводить мероприятия с учётом требований, предъявляемых международным сообществом. Привлечение международных спикеров и экспертов также способствует принятию опыта проведения не только в области конгрессов, конференций и форумов, но и в других сферах, поскольку мероприятия проводятся по различным тематикам, включая здравоохранение, экономику, науку и бизнес.

2. **Совершенствование инфраструктуры конгрессно-выставочных комплексов.** Необходимо отметить, что в России развивается и совершенствуется конгрессно-выставочная инфраструктура. Так, например, в 2023 году в рамках реализации поручения Президента Российской Федерации был открыт новый конгрессно-выставочный центр в городе Кронштадт, общая

площадь которого составляет 15 тысяч квадратных метров и включает в себя переговорные комнаты, конференц-залы и пространство для временных выставок [60]. Помимо этого, в рамках Восточного экономического форума в 2024 г. был презентован комплекс, который включает в себя конгресс-центр площадью 11,3 тыс. м² [85]. Модернизация инфраструктуры даёт возможность передавать опыт реализации успешных проектов в другие страны.

3. Активизация внедрения технологических инноваций в проведение конгрессно-выставочных мероприятий. В настоящее время в виду сложной социально-экономической обстановки конгрессно-выставочные мероприятия проходят в онлайн и гибридном форматах, что позволяет привлекать к участию иностранных спикеров и экспертов. Онлайн формат может позволить обучать кадры в сфере конгрессно-выставочной деятельности. Помимо этого, стоит отметить, что современные выставки также используют виртуальную реальность и интерактивные инсталляции для проведения мероприятий, для этого необходимы профессиональные кадры в IT секторе. Так, в период с 1 октября 2021 года по 31 марта 2022 года Российская Федерация принимала участие в международной выставке Экспо-2020 Дубай, в рамках которой была создана экспозиция кинетической скульптуры мозга в сопровождении проекционных технологий [17], помимо этого, в России в 2026 году планируется проведение международной выставки инноваций и конкурса научных разработок, что подтверждает тесную взаимосвязь взаимодействия технологических инноваций и конгрессно-выставочной отрасли.

4. Расширение практики проведения специализированных конгрессно-выставочных мероприятий. Сегодня проходят конференции, конгрессы и форумы по политическим, экономическим, научным и иным тематикам, что позволяет обсуждать актуальные вопросы в области данных сфер. Такие мероприятия способствуют развитию экспорта конгрессно-выставочных услуг, поскольку позволяют привлечь дополнительную целевую аудиторию, а также повышают роль государства на международной арене.

Обозначенные выше тенденции позволяют сделать вывод об актуальности совершенствования экспорта конгрессно-выставочных услуг в РФ. Важно отметить, что конгрессы и выставки несмотря на то, что они существуют для обслуживания различных отраслей бизнеса, выделяются в самостоятельную сферу хозяйственной деятельности. Таким образом, рассмотренные тенденции способствуют развитию не только конгрессно-выставочной отрасли, но и иных секторов экономики.

Для более полного анализа тенденций развития экспорта конгрессно-выставочной деятельности в Российской Федерации требуется обратиться к исследованию Выставочного научно-исследовательского центра R&C (ВНИЦ R&C) (таблица 2.3). ВНИЦ R&C провел оценку развития конгрессно-выставочной отрасли в 2019-2024 гг, на основании которой можно прийти к выводу, что несмотря на низкие показатели по динамике количества государственных контрактов, объём рынка конгрессно-выставочных мероприятий демонстрирует рост, что говорит об устойчивом развитии отрасли.

Таблица 2.3

Основные показатели событийной индустрии

Тип мероприятия	Объём рынка, млрд.руб.	Динамика объёма рынка	Количество компаний (ед.)	Динамика количества компаний	Объём ГК млрд.руб.	Динамика ГК
2022	204,8	9%	3272	10%	17,3	-8%
2023	268,7	31%	3560	9%	32,8	90%
2024	376,7	40%	3618	2%	17,0	-48%

Источник: составлено автором на основании [110].

Стоит отметить, что в 2022 году, по итогам заседания Совета при Президенте по науке и Государственного совета, Президент Российской

Федерации поручил Правительству разработать план развития научно-популярного туризма. Именно в рамках развития данного вида туризма представляется возможным разработать и внедрить ротируемые конференции, форумы, саммиты в области науки. Необходимо также выделить стратегически важную функцию проведения конгрессно-выставочных мероприятий - продвижение продукта или услуги. Тем самым организация и проведение отраслевых мероприятий позволит популяризировать сферу науки, бизнеса и экономики.

В рамках стратегии развития конгрессно-выставочной отрасли делается акцент на необходимости проведения ротируемых мероприятий, но отмечена недостаточность использования потенциала конгрессно-выставочных площадей. В разделе IV стратегии развития «Направления развития конгрессно-выставочной отрасли» указана необходимость формирования постоянно обновляемого перечня крупных международных ротируемых конгрессно-выставочных мероприятий, однако не указано, что в качестве организатора должна выступать РФ, тем самым создавая дополнительные рабочие места и повышая имидж государства.

В настоящее время организацией и управлением конгрессно-выставочной деятельностью чаще всего занимаются органы исполнительной власти, к которым можно отнести Комитеты по развитию туризма, по культуре и туризму, например, Комитет по развитию туризма Санкт-Петербурга, Комитет по культуре и туризму Ленинградской области.

Проведение в каждом субъекте уникальных конгрессно-выставочных мероприятий позволит распределить туристский поток равномерно вне зависимости от сезона, а также даст возможность увеличить количество участников деловых мероприятий по всей стране.

Так, например, в Мурманской области с 2015 года проходит ежегодный фестиваль «Териберка», который включает себя не только музыкальные мероприятия, но и деловые, целью которых является обсуждение актуальных вопросов туризма, молодежной политики, устойчивого развития населенных

пунктов в Арктической зоне. Проведение данного мероприятия в регионе позволило увеличить количество инвестиций в сферу бизнеса, в сферу туризма, а также осуществило популяризацию малых территорий и сформировало положительный образ жизни в северных широтах.

Развитием и управлением конгрессно-выставочной деятельностью в регионе занимается АНО «Мурманконгресс». Также, Правительством Мурманской области разработана стратегия развития туристско-рекреационного кластера Мурманской области от 15.04.2021 №72-ПП, в которой отмечается особая роль делового туризма в развитии региона. Ставится акцент на развитие деловых поездок в субъектах федерации, где присутствуют крупные промышленные компании [5]. В основном, мероприятия с участием деловых туристов в Мурманской области включают в себя участие в конференциях, семинарах, либо конгрессах.

Национальным конгресс-бюро проводится работа по созданию и развитию событийных паспортов регионов, что позволяет дополнительно позиционировать регион как ключевого игрока конгрессно-выставочной индустрии. К числу крупнейших регионов можно отнести Республику Татарстан, Республику Башкортостан, Краснодарский край. Однако необходимо развитие потенциала среди регионов, находящихся на границе со странами Азии. Например, в Оренбургской области, Новосибирской области, Красноярском крае.

Кроме того, в условиях санкционного давления и необходимости выхода на новые рынки, Российская Федерация может занять место ведущего государства в сфере конгрессов и выставок. С этой целью необходимо совершенствовать законодательство в индустрии, повышать профессиональные компетенции представителей конгрессно-выставочной отрасли, развивать взаимодействие с международными ассоциациями, научным и отраслевым сообществом. Помимо этого, требуется развивать экспорт конгрессно-выставочных услуг в страны СНГ, что будет

способствовать продвижению Российской Федерации на мировых рынках конгрессно-выставочных услуг.

Важно отметить, что системное управление конгрессно-выставочной деятельностью должно соответствовать современным реалиям. В настоящее время сложилась сложная социально-экономическая обстановка, в виду которой отменяются ежегодные форумы, конференции и выставки. Необходимо проводить конгрессно-выставочные мероприятия, которые не только позволят привлечь в страну новых партнеров, инвесторов и организаторов, а также новые конгрессно-выставочные мероприятия.

2.2 Перспективы развития экспорта российских конгрессно-выставочных услуг в СНГ

Учитывая успешный опыт индустрии конгрессов и выставок европейских стран, стран Азии и Америки, необходимо провести анализ показателей развития конгрессно-выставочной деятельности в странах Содружества независимых государств. Ключевую роль в странах-участниках СНГ играет Межгосударственный Совет по выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности, который был создан в соответствии с соглашением о развитии ярмарочной деятельности от 26 мая 1995 года [22].

Он был создан с целью обеспечения координации работы и является органом отраслевого сотрудничества Исполнительного комитета СНГ. Помимо этого, представители организуют поддержку индустрии на пространстве стран содружества. Сегодня в состав Совета входят представители следующих государств: Российская Федерация, Армения, Азербайджан, Беларусь, Кыргызстан, Таджикистан [111].

Советом было проведено 15 заседаний, в рамках которых были рассмотрены ключевые вопросы развития конгрессно-выставочной индустрии, сформированы планы проводимых мероприятий, также обсуждались возможные формы взаимодействия при проведении конгрессов, выставок и форумов [55].

Как было отмечено ранее, до 1991 года развитие конгрессно-выставочной деятельности в странах СНГ шло по такому же пути, как и в Российской Федерации, а именно через проведение торговых ярмарок в XVII-XVIII веках, далее переходящих в выставки. Так, например, первые выставки в Узбекистане проходили по сельскохозяйственным и промышленным тематикам. Начало выставочному делу в современном понимании было положено в 1870 году при проведении первой туркестанской сельскохозяйственной и промышленной выставки [19].

Проведение выставок в XX веке также, как и на территории РФ носило международный характер. В 1964 году на территории Узбекистана был создан комплекс ВДНХ УзССР – в настоящее время «УзЭкспоЦентр». Были возведены главный и временный павильоны, а в 1965 году начал работу конференц-зал вместимостью 550 человек [32].

После 1991 года Узбекистан продолжил развивать конгрессно-выставочную деятельность. В этот период «УзЭкспоЦентр» стал основной площадкой в государстве для проведения международных конгрессно-выставочных мероприятий, что способствует повышению имиджа государства как крупной конгрессно-выставочной дестинации.

В настоящее время в Узбекистане регулярно проводятся конгрессно-выставочные мероприятия. В 2023 году новая выставочная площадка SAEx вступила в консорциум MICE индустрии, что подчёркивает стремление страны интегрироваться в глобальную индустрию конгрессов, выставок и форумов и привлекать дополнительные международные мероприятия. Требуется отметить, что в консорциум входят такие государства как Россия, Китай, Индия, Индонезия, ЮАР, Абхазия, Беларусь [62]. В 2024 году в Ташкенте также прошёл ряд крупных конгрессов, выставок и форумов, которые были отмечены национальным и международным сообществом.

Сегодня в рамках деятельности Межгосударственного Совета по выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности на территории ВДНХ в г. Москве, которая занимает особое место в деятельности совета и является

местом нахождения дирекции, присутствуют павильоны пяти стран, павильон Молдовы работает в тестовом режиме. Также в 2023 г. и 2024 г. были открыты Экспозиционный центр «Выставочно-культурный центр Республики Узбекистан» и выставочно-торговый центр Кыргызстана.

Представители содружества являются участниками мероприятий, проходящих на территории Российской Федерации. К их числу можно отнести международный фестиваль русских театров «Встречи в России», международный круглый стол «Развитие законодательства и регулирование публично-частного партнерства в сфере информационных технологий в государствах — участниках СНГ», международный форум «Санкт-Петербург — парламентская столица Содружества». Проведение данных мероприятий на территории Российской Федерации подчёркивает заинтересованность участников в развитии конгрессно-выставочной деятельности. Также необходимо отметить, что данная отрасль является одной из приоритетных для Межпарламентской Ассамблеи СНГ [36].

В рамках нашего исследования необходимо рассмотреть страны Содружества независимых государств, так как Российская Федерация имеет схожую юрисдикцию и нормативно-правовую базу с государствами Содружества. Россия имеет удобное территориальное расположение для экспорта конгрессно-выставочных услуг в сопредельные страны. Кроме того, для стран СНГ территория РФ является крупным рынком сбыта. Между государствами существуют совместные проекты, в том числе обеспечивается технологическое сотрудничество [124]. Также организация малого и среднего предпринимательства имеет схожие черты, поэтому можно определить сходства и различия субъектов МСП в Российской Федерации и странах Содружества независимых государств (рисунок 2.1). К общим чертам можно отнести роль МСП в развитии экономики - именно данный сектор играет ключевую роль в создании рабочих мест, развитии инфраструктуры и т.п. Также общей чертой является высокая государственная поддержка. В России, как и в странах СНГ действуют льготные программы кредитования, субсидии,

а также меры по упрощению административных барьеров. Помимо этого, государства активно поддерживают инновационные и экспортные проекты.

К негативным чертам, схожим в развитии субъектов МСП, можно отнести: ограниченный доступ к финансированию из внешних источников, в частности на начальных этапах существования бизнеса. Субъекты малого и среднего предпринимательства сталкиваются с бюрократическими процедурами и высокой административной нагрузкой, что сдерживает полноценное развитие.



Рисунок 2.1 - Сходства и различия развития МСП в Российской Федерации и странах СНГ (составлено автором)

Ключевым отличиями в деятельности МСП между Российской Федерацией и странами СНГ являются размеры и структура. Так, на территории РФ существуют четкие критерии по разделению видов предпринимательства, исходя из выручки, активов и т.п., что даёт возможность регулировать предпринимательскую деятельность точно, с учётом индивидуальных показателей. Также в отличие от стран СНГ отечественные МСП имеют больше возможностей для выхода на международные рынки благодаря наличию специализированных экспортных программ и государственной поддержки.

Несмотря на то, что субъекты малого и среднего предпринимательства в России и странах СНГ имеют схожие черты, необходимо понимать, что развитие каждого государства происходит в разных условиях и сталкивается с индивидуальными вызовами. Различия обусловлены разницей в экономической структуре, а также в уровне поддержки со стороны государства и доступе к финансовым и технологическим ресурсам.

Для определения тенденции экспорта и импорта Российской Федерации со странами СНГ необходимо провести анализ ключевых показателей в разрезе по годам (Таблица 2.4).

Таблица 2.4

Динамика экспорта и импорта России со странами СНГ

Характеристика	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Экспорт со странами СНГ (млрд. долл.)	55 117	54 021	48 690	64 934	59 145	35 935
Импорт со странами СНГ (млрд. долл.)	26 656	27 541	25 051	31 384	25 908	22 203

Источник: составлено автором на основании [124].

Исходя, из представленных данных, можно отметить снижение показателей по обоим параметрам после 2022 года, когда на Российскую Федерацию были наложены санкции. Одним из способов увеличения экспорта со странами СНГ необходимо рассматривать конгрессно-выставочную отрасль.

Наиболее развита конгрессно-выставочная деятельность в столице Российской Федерации, в г. Москве, которая является драйвером развития индустрии на пространстве стран СНГ, что говорит о высоких показателях совершенствования инфраструктуры, международном продвижении мероприятий и наличии конгрессно-выставочного бюро.

Второе место в рейтинге занимает столица Азербайджана, г. Баку, в котором ежегодно проходят международные форумы, такие как Международная выставка «Туризм и Путешествия» AITF-2023, 29-я Конференции сторон Рамочной конвенции ООН об изменении климата (COP29) и другие. Развитием конгрессно-выставочной индустрии в

государстве занимается “Ассоциация Организаторов Выставок Азербайджана” (ASTA) - общественное объединение ведущих организаторов выставок в Азербайджане, объединяющее выставочные залы и центры, сервисные компании, работающие в индустрии выставок, ярмарок, конгрессов и мероприятий [8]. Стоит отметить, что ASTA является структурой, которая уполномочена Всемирной ассоциацией выставочной индустрии на проведение аудита отрасли, что включает в себя проверку и подтверждение статистических параметров выставки (число стран, принявших участие, площадь площадки, количество участников и посетителей) [9].

Исходя из представленных данных в таблице 2.5, мы можем проанализировать динамику развития конгрессно-выставочной индустрии. Стоит отметить, что относительно 2017 года часть стран поднялись в рейтинге, а часть потеряли позиции. Так, отмечается рост развития конгрессно-выставочной индустрии в г. Баку, г. Ереван и г. Ташкент. Однако, только в столице Узбекистана отмечается рост на 2 позиции, что говорит о тенденциях успешного проведения конгрессов, форумов и выставок.

Таблица 2.5

Рейтинг событийного потенциала столиц стран СНГ [99]

Город	2018 г.	2024 г.
Москва	1	1
Баку	3	2
Астана	2	3
Ереван	5	4
Ташкент	7	5
Минск	4	6
Ашхабад	6	7
Душанбе	8	8
Бишкек	9	9

Источник: составлено автором на основании [99].

Для того, чтобы определить, какие именно факторы повлияли на развитие индустрии в г. Ташкент потребуется провести анализ проводимых мероприятий на территории дестинации. Так, в 2022 году Министерством промышленности и торговли РФ и Министерством инвестиций и внешней торговли Республики Узбекистан была проведена Международная промышленная выставка «ИННОПРОМ. Центральная Азия» [59].

Посетителями выставки являлись делегации из Казахстана, Кыргызстана, Туркменистана, Армении и Азербайджана, а собственные стенды представляли 14 узбекских и 9 российских регионов [56].

В 2023 году в Узбекистане были организованы международные выставки «UzProdExpo-2023», «UzAgroExpo – 2023», «InterPackExpo - 2023» в рамках которых приняло участие свыше 100 компаний из Турции, Австрии, Чехии, Нидерландов, Российской Федерации, США, Туркменистана, Южной Кореи, Кыргызстана, Китая, Кипра, Казахстана, Ирана, Италии, Болгарии, Узбекистана, Беларуси и Армении [57]. Проведение данных мероприятий подчёркивает уникальный статус государства как крупного конгрессно-выставочного центра.

Помимо этого, представители Узбекистана посещают форумы в других странах. В 2022 году Узбекистан являлся страной-партнером Российского туристического форума «Путешествуй!». С 2019 г. по 2025 г. правительством государства реализуется «Концепция развития туризма в Узбекистане на 2019-2025 годы» и модернизируется инфраструктура делового туризма [119].

В 2023 году также в Самарканде прошла 25-я юбилейная сессия Генеральной ассамблеи Всемирной туристской организации ООН (UNWTO), данное мероприятие впервые прошло на территории Узбекистана [15]. В рамках мероприятия, в присутствии президента Мирзиёева Шавката Миромоновича приняли декларацию о присвоении Самарканду статуса «Мировой столицы культурного туризма» и подписали соглашение о создании Международной Академии Туризма [106]. Как отмечается, юбилейная сессия сопровождалась конгрессно-выставочными мероприятиями.

В рамках инвестиционного форума, прошедшего в г. Самарканд, представители международного сообщества отметили благоприятный инвестиционный климат в Узбекистане, а также обсудили возможность повышения интереса крупных представителей бизнес сообщества к развитию потенциала дестинации. На образовательном форуме, который проводился с участием представителей Генеральной Ассамблеи, проводился анализ

текущего состояния системы образования в сфере туризма, были предложены рекомендации по развитию профессиональных компетенций представителей туристской индустрии [15].

Прежде, чем перейти к анализу потока деловых туристов в Узбекистан необходимо рассмотреть тенденцию въездных туристов в государство (Таблица 2.6).

Таблица 2.6

Статистика по въездному туристскому потоку в Узбекистан

Страны	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.
	Январь-декабрь	Январь-декабрь	Январь-декабрь	Январь-декабрь	Январь-декабрь	Январь-декабрь
Казахстан	2 293 077	2 261 094	424 145	565 334	1 551 138	1 333 333
Киргизстан	1 055 688	1 454 907	508 019	652 166	1 356 857	1 757 081
Таджикистан	1 095 505	1 473 684	337 505	288 211	1 447 826	2 155 151
Российская Федерация	371 529	455 470	81 592	190 493	567 725	714 282
Всего туристов	5 346 219	6 748 512	1 504 126	1 881 334	5 232 780	6 626 301
Туристов из соседних стран	4 658 412	5 827 060	1 350 372	1 540 867	4 364 826	5 349 473

Источник: составлено автором на основании [148].

В период с 2018 по 2023 годы въездной туристский поток в Узбекистан демонстрировал положительную динамику, несмотря на временные спады, связанные с пандемией COVID-19. Общее количество туристов, прибывших в страну, увеличилось с 5 346 219 человек в 2018 году до 6 626 301 человека в 2023 году. Большая часть туристов традиционно прибывает из соседних стран, таких как Казахстан, Кыргызстан и Таджикистан, что обусловлено географической близостью, историческими и культурными связями. Однако важно отметить значительный рост числа туристов из Российской Федерации, что подчеркивает ее возрастающую роль в формировании туристского потока в Узбекистан.

Агентством статистики при Президенте Республики Узбекистан ведётся учет данных по размещению лиц в гостиницах и аналогичных средствах размещения. Так, например, в 2023 г. количество размещений посетителей с

целью отпуска, досуга и отдыха было незначительно выше туристов с деловыми и профессиональными целями (Рисунок 2.2), что говорит о приоритетном направлении в государстве делового туризма, который сопровождается крупными форумами, конгрессами и выставками.

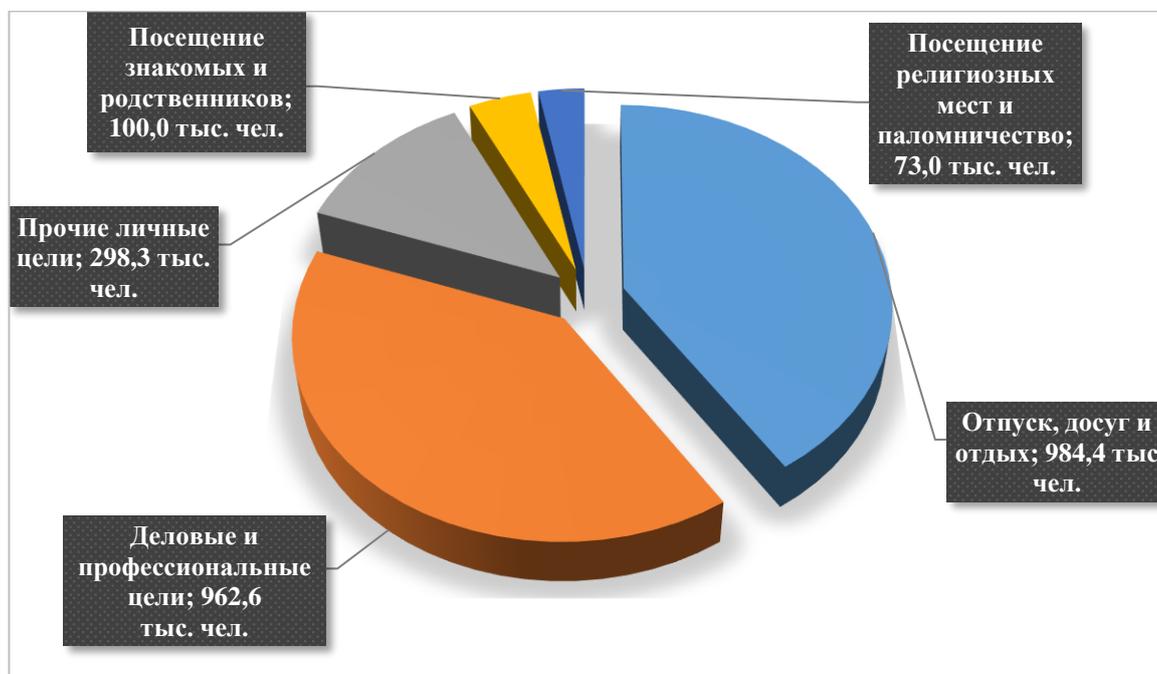


Рисунок 2.2 - Размещение лиц в отелях по целям поездок
(составлено автором на основании [84])

Мы видим, что количество деловых туристов является одним из крупнейших сегментов туристского потока и демонстрирует значительное влияние на туристскую сферу в Узбекистане. При этом отмечается тенденция роста показателей по экспорту туристских услуг, что говорит о государстве, нацеленном на развитие внешнеэкономической деятельности (рисунок 2.3). Ежегодный рост стоимостного объёма туристских услуг увеличивается пропорционально росту числа въездных посетителей.

Сегодня деловые туристы из Российской Федерации выбирают Узбекистан как одну из приоритетных дестинаций для развития делового потенциала предприятий и регионов [27]. Взаимодействие между государствами в рамках развития конгрессов, выставок и форумов позволит занять ведущие позиции на мировом конгрессно-выставочных услуг.



Рисунок 2.3 - Экспорт туристских услуг Узбекистана в разрезе по годам
(составлено автором на основании [18])

Комитетом по туризму Узбекистана отмечается намерение на консолидацию усилий с Россией в области делового туризма, в том числе в рамках проведения выездных мероприятий на территории государства [118]. В 2024 году между президентами государств в Ташкенте в рамках заседания Совета регионов России и Узбекистана была подписана дорожная карта о расширении сотрудничества в сфере туризма до 2026 года и включает в себя 12 блоков, реализация которых увеличит прогнозируемый взаимный турпоток до 2 млн. в год [101]. В число приоритетных видов деятельности также выделяется конгрессно-выставочная деятельность, а именно проведение сессий между государственными и частными структурами, а также организация ежегодного форума [103].

Помимо дорожной карты о развитии туризма между Россией и Узбекистаном была подписана дорожная карта по наращиванию торговли, в рамках которой планируется увеличить объём торговли к 2030 году до 30 миллиардов долларов. Уже сегодня Российская Федерация занимает второе

место во внешнеторговом обороте Узбекистана, доля которого составляет 18% [100].

В рамках исследования важно отметить основные аспекты влияния экспорта конгрессно-выставочных деятельности из Российской Федерации в Узбекистан (таблица 2.7).

Таблица 2.7

Аспекты влияния экспорта конгрессно-выставочных услуг из Российской Федерации в Узбекистан

Наименование аспекта	Описание	Пример	Ожидаемый эффект
Международное сотрудничество	Проведение конгрессов, выставок и форумов, направленных на обмен опытом и знаниями между представителями научного, бизнес сообщества и органов государственной власти	Организация и проведение форумов, таких как "Иннопром" в Ташкенте и участие в выставке Ехро	Расширение количества деловых контактов, подписание партнерских и инвестиционных соглашений, реализация совместных проектов
Увеличение объёмов торговли	Развитие торгово-экономических отношений, содействие в развитии дорожной карты по наращиванию торговли, презентация товаров и услуг на международной арене	Проведение промышленных выставок, участие российских компаний в выставках Узбекистана	Рост объёмов экспорта и импорта, увеличение доходов предприятий.
Развитие туристской инфраструктуры	Привлечение дополнительного потока деловых туристов, стимулирование развития гостиничного бизнеса, транспортной системы и сопутствующих отраслей	Развитие международных гостиничных сетей, расширение транспортного сообщения между РФ и Узбекистаном	Создание новых рабочих мест, рост доходов в секторе услуг.
Укрепление культурных связей	Демонстрация культурного наследия, культурно-исторического потенциала, укрепление дружественных отношений между народами	Проведение совместных культурных выставок, таких как "Дни российской культуры в Узбекистане".	Увеличение взаимного интереса к культуре и истории народов, улучшение общественного восприятия стран

Инновационное развитие	Продвижение инновационных технологий и решений	Проведение виртуальных выставок, использование специализированных онлайн-платформ	Повышение доступности проводимых мероприятий, привлечение дополнительной аудитории, использование технологий транскрибации аудио для выделения основной информации в ходе проходящих конгрессно-выставочных мероприятий, внедрение технологий в экономику
Геополитическое значение	Укрепление позиций Российской Федерации и Узбекистана в международных организациях, развитие интеграционных процессов	Взаимодействие государств в рамках ЕАЭС, участие в проектах ШОС	Повышение статуса государств в рамках объединений ЕАЭС, ШОС, СНГ, гармонизация экономических и политических интересов

Источник: составлено автором.

Для комплексного развития экспорта конгрессно-выставочной индустрии необходимы высококвалифицированные кадры, которые будут способствовать проведению крупных конгрессно-выставочных мероприятий. Помимо этого, развитие кадрового потенциала даёт возможность решать социальные задачи государства. Так, например, профессиональные кадры обеспечивают рост благосостояния населения, а значит вносят вклад в развитие экономики. Кроме того, специалисты повышают качество предоставляемых услуг, что необходимо для организации международных форумов, конференций и выставок.

Во время цифровой трансформации и внедрения в конгрессно-выставочную отрасль современных технологий, особенно актуально повышать квалификацию специалистов в сфере туризма. Чтобы привлечь больше участников деловых мероприятий, а также удержать их интерес, необходимо готовить специалистов, которые смогут адаптироваться к

современным требованиям, разрабатывать инновационные туристские продукты и внедрять цифровые решения.

Таким образом, экспорт российских конгрессно-выставочных услуг в страны СНГ рассматривается как механизм экономической интеграции и развития сотрудничества в регионе. Однако, проведение совместных конгрессов, выставок и форумов способствует не только демонстрации экономических и технологических достижений, но и устанавливает долгосрочные деловые связи между представителями различных отраслей, что в свою очередь способствует улучшению инвестиционного климата, ускорению инновационных и интеграционных процессов в регионе. Для дальнейшего развития экспортного потенциала необходимо сосредоточить усилия на развитии инфраструктуры, на повышении профессиональных компетенций сотрудников конгрессно-выставочной отрасли, а также на внедрении цифровых технологий в организацию и проведение конгрессно-выставочных мероприятий.

2.3 Обоснование необходимости создания реестра конгрессно-выставочных мероприятий в контексте роста экспорта услуг

В предыдущем параграфе был проведен анализ экспорта конгрессно-выставочных услуг из Российской Федерации в страны СНГ и отмечен низкий уровень информативности о проходящих событиях. Данный факт свидетельствует о необходимости внедрения реестра конгрессно-выставочных мероприятий с целью планирования и координации участников, анализа развития индустрии, а также для повышения прозрачности существующих мероприятий. В развитии экспорта конгрессно-выставочных услуг реестр может служить инструментом для информирования зарубежных участников о проводимых событиях, тематиках и ключевых организаторах конгрессов, выставок и форумов.

В настоящее время отсутствует единая система ведения реестра конгрессно-выставочных мероприятий. Отдельные учреждения, либо регионы ведут собственные календари событий, что частично позволяет систематизировать информацию о проводимых форумах, выставках и конференциях, но не даёт полного понимания о развитии конгрессно-выставочной отрасли.

Сегодня отмечается ведение реестров на региональном уровне, к ним мы можем отнести, например, календарь мероприятий СПб ГБУ «Конгрессно-выставочное бюро» [40]. В реестр попадают события, где организатором выступает государственное учреждение, партнеры и амбассадоры. Тем не менее, стоит отметить, что на сегодняшний момент в перечень не добавлено одно из крупнейших мероприятий.

В форуме приняло участие 4400 участников из 45 регионов России и 22 стран [61] - «Петербургский международный туристский форум TRAVEL HUB. Путешествуй!», прошедший с 4 по 6 декабря 2024 года, организаторами которого являлся Комитет по развитию туризма Санкт-Петербурга, включая подведомственное учреждение – Конгрессно-выставочное бюро Санкт-Петербурга (Приложение А).

Отсутствие мероприятий, проводимых учреждениями и не добавленных в реестр конгрессно-выставочных событий может негативно влиять на имидж региона или организации, включая экономические, отраслевые и социальные последствия (Рисунок 2.5).

Помимо региональных реестров, существуют отраслевые реестры, которые сосредоточены на определенной индустрии, например, календарь медицинских конгрессов [93]. Обновлением информации на сайте занимается «МЕДИ Экспо» - конгресс оператор в области медицинских услуг, в базу данных входит часть мероприятий в сфере медицины, проходящих на территории Российской Федерации.

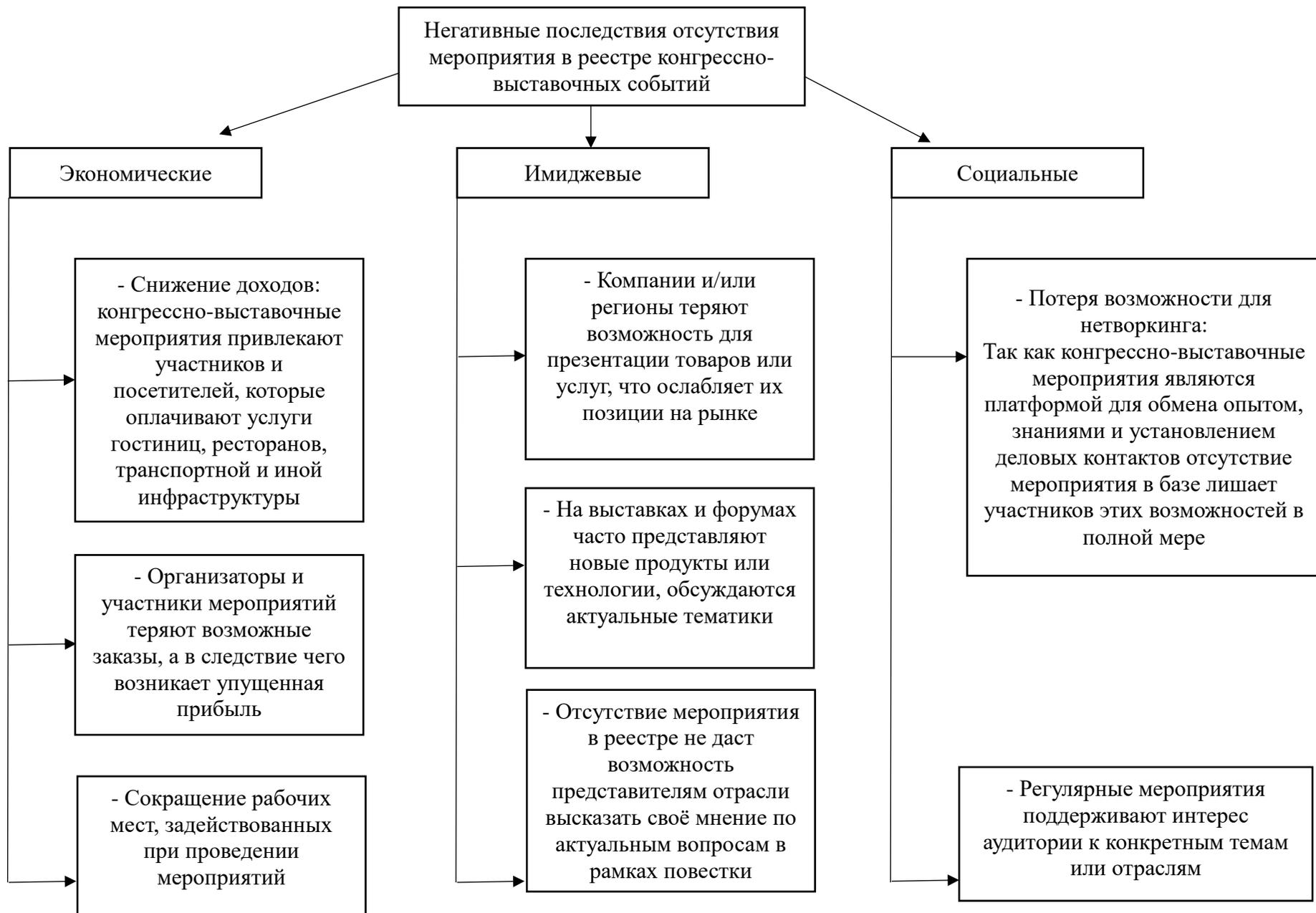


Рисунок 2.5 – Негативные последствия отсутствия мероприятия в реестре (составлено автором)

Международными организациями также ведутся реестры мероприятий, к одному из основных можно отнести календарь международных выставок UFI (Union of International Fairs) [151], в который входят основные события, проводимые с участием международной выставочной ассоциации. Календарь UFI выступает важным инструментом для поддержки международной выставочной индустрии, обеспечивая координацию и развитие профессиональных связей.

Стоит отметить и коммерческие платформы, такие как Eventbrite [138] - это международная платформа для организации, поиска и управления мероприятиями. Она позволяет организаторам публиковать информацию о своих событиях, продавать билеты, а участникам — находить интересные мероприятия и приобретать входные билеты. В рамках реестра размещаются не только конгрессно-выставочные мероприятия, но и иные события, связанные с культурой, искусством, музыкой, фестивалями, ярмарками и т.п.

Представленные платформы носят разобщенный характер, для успешного управления деятельностью, требуется создание единой системы, которая поспособствует управлению и развитию как конгрессно-выставочной индустрии в целом, так и экспорта конгрессно-выставочных услуг. Единый реестр конгрессно-выставочных мероприятий будет являться важным инструментом стратегического управления индустрией, позволит улучшать взаимодействие между участниками рынка и стимулировать её развитие. Благодаря реестру организаторы могут оптимизировать свои усилия, а участники — эффективно планировать своё время и ресурсы.

Помимо этого, база мероприятий способствует лучшему использованию ресурсов конгрессно-выставочных центров, отелей и иных объектов инфраструктуры. Прежде чем перейти к рассмотрению реестра необходимо выявить преимущества и проблемы создания единой платформы (таблица 2.8).

В качестве одного из основополагающих инструментов развития экспорта конгрессно-выставочных услуг можно предложить единый

национальный реестр конгрессно-выставочных мероприятий, который необходим для управления, планирования и развития индустрии.

Данный реестр может быть рассмотрен как систематизированная база данных, в которой содержится подробная информация о запланированных и уже проведенных мероприятиях в разрезе по странам, регионам или тематикам.

Таблица 2.8

Проблемы и преимущества создания реестра
конгрессно-выставочных мероприятий

Категория	Преимущества	Проблемы
Информационная	<ul style="list-style-type: none"> - Единый доступ к данным о проводимых конгрессно-выставочных мероприятиях - Упрощенный поиск необходимого события 	<ul style="list-style-type: none"> - Сложность получения данных от организаторов - Необходимость постоянного обновления информации
Организационная	<ul style="list-style-type: none"> - Отсутствие дублирования мероприятий - Оптимизация логистики и использования площадок 	<ul style="list-style-type: none"> - Различные интересы участников рынка могут затруднять координацию - Неготовность организаторов к предоставлению сведений по проводимым мероприятиям
Аналитическая	<ul style="list-style-type: none"> - Возможность проведения анализа рынка, выявление тенденций и сезонности - Формирование статистики по проведенным мероприятиям для государственных органов и представителей бизнеса 	<ul style="list-style-type: none"> - Необходимо привлечение дополнительных ресурсов и профессиональных кадров для создания платформы с возможностью реализации аналитического механизма
Экономическая	<ul style="list-style-type: none"> - Привлечение дополнительных инвесторов и спонсоров - Повышение конкурентоспособности отечественного рынка конгрессно-выставочных услуг 	<ul style="list-style-type: none"> - Привлечение дополнительных финансов для реализации реестра - Возможные высокие затраты для подготовки профессиональных кадров
Имиджевая	<ul style="list-style-type: none"> - Повышение статуса государства на международной арене - Интеграция с международными организациями в сфере конгрессно-выставочной деятельности 	<ul style="list-style-type: none"> - Возможные утечки конфиденциальных данных - Внесение недостоверных или некорректных сведений о конгрессно-выставочном мероприятии может привести к негативным последствиям, включая недовольство со стороны участников. Некорректное предоставление информации способно вызвать логистические проблемы, а также снизить доверие к организаторам.

Техническая	<ul style="list-style-type: none"> - Упрощение доступа к получению информации через единую цифровую платформу - Возможность интеграции с другими сервисами (в том числе зарубежными) 	<ul style="list-style-type: none"> - Защита данных пользователя с использованием современных IT систем - Разработка удобного механизма получения информации из реестра конгрессно-выставочных мероприятий
-------------	--	---

Источник: составлено автором.

Предложенный нами реестр позволит равномерно распределять поток участников по конгрессно-выставочным площадкам. В настоящее время, отмечается, что загрузка выставочных залов в России составляет в среднем 52%. Более половины (55%) площадок имеют загрузку 50% и более, 45% площадок имеют низкую загрузку выставочных площадей. Средняя загрузка конгрессных залов — 56%, причем 61% площадок имеют загрузку 50% и более [98].

В рамках формирования реестра стоит уделить особое внимание его функциональным характеристикам, которые требуется заложить на этапе проектирования. Реестр разрабатывается как цифровая платформа с целью обеспечения централизованного учета, классификации и мониторинга экспортно-ориентированных конгрессно-выставочных мероприятий на территории страны. К основным функциональным характеристикам относятся:

1. Возможность подачи заявок организаторами и верифицированными партнерами;
2. Автоматизированную проверку соответствия заявленных мероприятий установленным критериям (тематической и отраслевой принадлежности, экспортной ориентированности, уровня международного участия);
3. Экспорт отчетов с целью проведения аналитики развития конгрессно-выставочной отрасли;
4. Создание доступа для интеграции с другими отраслевыми и государственными информационными системами.

Для обеспечения достоверности и релевантности данных конгрессно-выставочных мероприятий необходимо определить критерии для включения в реестр. К основным критериям требуется отнести соответствие мероприятия отраслевой направленности, организация на территории Российской Федерации с соблюдением регламентов индустрии деловых мероприятий, а также наличие отчетных данных по ключевым показателям (посещаемость, структура участников, ROI и др.).

Механизм допуска для включения конгрессно-выставочного мероприятия в реестр может иметь двухступенчатую верификацию, в рамках которой на первом этапе организатор подаёт заявку с приложением подтверждающих документов о прошедших событиях. На втором этапе отраслевой оператор, либо компетентный орган осуществляет проверку и верифицирует заявку.

В качестве разработчиков цифровой платформы для создания реестра конгрессно-выставочных мероприятий могут выступать организации, имеющие опыт создания реестров и информационных систем в сфере туризма, культуры, сервиса и т.п., соблюдающих стандарты безопасности и интеграции с государственными информационными системами. Стоит отметить, что технически реестр может быть интегрирован с локальными, муниципальными и региональными реестрами посредством API (возможность различным программным приложениям взаимодействовать друг с другом). Однако, необходимо отметить, что для этого существующие региональные реестры должны соответствовать требованиям для включения в национальный перечень конгрессно-выставочных мероприятий.

Включение мероприятия в реестр будет подтверждать его легитимность и актуальность для отраслевых сообществ, что важно для привлечения спонсоров, партнеров и участников. В свою очередь, это способствует повышению стандартов качества оказываемых услуг в конгрессно-выставочной индустрии.

Реестр конгрессно-выставочных мероприятий позволяет анализировать популярные форматы, сезонность, актуальные темы и отрасли, а также даёт возможность организаторам прогнозировать будущие тренды, что помогает адаптироваться к запросам аудитории.

Формирование регламента по вхождению в реестр мероприятий и организаторов необходимо для анализа тенденций развития отрасли, определения сезонности, актуальности тематик конгрессно-выставочных мероприятий, а также для выявления наиболее значимых игроков рынка конгрессно-выставочной индустрии, что позволит осуществлять эффективное управление внешнеэкономической деятельностью и допускать к осуществлению функций по экспорту только успешные компании.

Помимо этого, для осуществления успешной экспортной деятельности государству необходимо вести контроль за мероприятиями на территории страны. Без предложенного регламента невозможно проведение оценки эффективности от конгрессно-выставочной отрасли в целом. Фиксировать каждое событие необходимо для осуществления комплексной статистики по регионам, для этого важно реализовать регламент создания реестра, согласно рисунку 2.6.

Информация должна аккумулироваться в едином ресурсе для прогноза спроса и предложения на ресурсы рынка конгрессно-выставочных услуг, что позволит контролировать пиковые нагрузки на площадки или, наоборот, избегать недостаточную загруженность объектов.

Для включения мероприятия в единый реестр его организаторам потребуется получение лицензии на проведение события. В качестве лицензирующего органа могут выступать специализированные агентства или торгово-промышленные палаты. В перечень должны быть включены мероприятия, соответствующие виду конгрессно-выставочной деятельности.

В виду значимости реестра конгрессно-выставочных мероприятий в качестве оператора требуется рассматривать государственную организацию,

поскольку систематизация и обновление информации влияют на имидж Российской Федерации на международном рынке конгрессно-выставочных услуг.



Рисунок 2.6 - Алгоритм создания реестра (составлено автором)

Стоит отметить, что организаторами могут выступать различные компании, образовательные организации, государственные учреждения. Для того, чтобы предоставить информацию по мероприятию и включить её в реестр, организатору необходимо получить лицензию на осуществление конгрессно-выставочной деятельности, что позволит определить соответствие проводимого мероприятия стандартам качества.

Перечень конгрессно-выставочных мероприятий должен быть постоянно обновляемым, что даст возможность оценивать краткосрочные и

долгосрочные перспективы развития индустрии. Включая в себя необходимую информацию, такую как организатор события, место проведения мероприятия, даты проведения мероприятия, название мероприятия, тематика конгресса, конференции, выставки или форума, а также тип события. Пример реестра должен выглядеть в соответствии с таблицей 2.9.

Помимо этого, сегментацию конгрессно-выставочных мероприятий в реестре допустимо расширить по разделению на события глобального, международного, с международным участием, национального, межрегионального или местного уровня [6]. Глобальный масштаб подразумевает демонстрацию странами своих достижений в области технологий, экономики, науки и т.п.

Также представленный реестр должен включать динамику численности участников. Например, если мероприятие проводится ежегодно в списке можно будет отследить тенденцию роста или снижения в зависимости от количества участников, на основании представленных данных можно будет принимать меры, способствующие развитию мероприятия, либо действия по поддержке организаторов конгрессно-выставочных мероприятий.

Таким образом, для успешного экспорта конгрессно-выставочных услуг необходимо осуществить комплекс мер, которые будут включать как административное, так и экономическое регулирование деятельности. Одним из ключевых инструментов в развитии внешнеэкономической деятельности в сфере форумов, выставок и конференций является создание единого реестра мероприятий, лицензирование предприятий в области конгрессно-выставочных услуг, что позволит отслеживать метрики индустрии и определять вектор развития отрасли.

Единый реестр конгрессно-выставочных мероприятий в развитии экспорта способствует повышению доверия и международного признания, так как подчёркивает статус проводимого события, а мероприятия поддерживаемые государством являются платформами для обсуждения актуальных повесток и установления новых деловых контактов.

**Пример возможного реестра конгрессно-выставочных мероприятий,
проводимых на территории Российской Федерации**

Название мероприятия	Организатор	Место проведения	Даты проведения	Стоимость заключенных договоров/соглашений	Принятые решения по итогам	Динамика количества участников						
Саммиты												
Тематика (Технологии)												
IT-Summit 2024	Ассоциация предприятий компьютерных и информационных технологий	Г. Екатеринбург, ул. Бориса Ельцина, 8, отель «Hyatt regency»	10.04.2024-12.04.2024	-	Были обсуждены проблемы экономики и IT отрасли, а также возможности для развития IT бизнеса в России	<p align="center">Количество участников</p> <table border="1"> <tr> <th>Год</th> <th>Количество участников</th> </tr> <tr> <td>2023</td> <td>170</td> </tr> <tr> <td>2024</td> <td>170</td> </tr> </table>	Год	Количество участников	2023	170	2024	170
Год	Количество участников											
2023	170											
2024	170											
Круглые столы												
Тематика (Строительство)												
Круглый стол «Освещение МКД (многоквартирных домов) и территории-2024»	Ассоциация «Р1», Издательство «РосКвартал», НОЗА и АО «Экспоцентр»	г. Москва, Краснопресненская наб., д. 14, Экспоцентр	27.02.2024	-	Обсуждены новые инновационные решения безопасного освещения	<p align="center">Количество участников</p> <table border="1"> <tr> <th>Год</th> <th>Количество участников</th> </tr> <tr> <td>2023</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>2024</td> <td>168</td> </tr> </table>	Год	Количество участников	2023	100	2024	168
Год	Количество участников											
2023	100											
2024	168											

Форумы												
Тематика (Экономика, общество, технологии)												
Петербургский международный экономический форум	Фонд Росконгресс	Г. Санкт-Петербург, Петербургское шоссе, д. 64/1 «Экспофорум»	05.06.2024-07.06.2024	Подписано 1073 соглашения на 6 трлн. 492 млрд. рублей	Представлена выставка передовых разработок, из общего числа соглашений было подписано 15 соглашений, направленных на развитие инновационного потенциала	<p>Количество участников</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Год</th> <th>Количество участников</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2023</td> <td>17000</td> </tr> <tr> <td>2024</td> <td>21800</td> </tr> </tbody> </table>	Год	Количество участников	2023	17000	2024	21800
Год	Количество участников											
2023	17000											
2024	21800											
Тематика (Политика, экономика, общество)												
VI ММФ БРИКС 2024	Фонд поддержки деловых коммуникаций БРИКС	Г. Москва, Краснопресненская наб., 14	27.08.2024-28.08.2024	Подписано более 300 соглашений	Были приняты решения о развитии инфраструктурных проектов, развития цифровых платформ и экологических инициатив	<p>Количество участников</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Год</th> <th>Количество участников</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2023</td> <td>7237</td> </tr> <tr> <td>2024</td> <td>2300</td> </tr> </tbody> </table>	Год	Количество участников	2023	7237	2024	2300
Год	Количество участников											
2023	7237											
2024	2300											

Конференции												
Тематика (Наука)												
<p>Научная конференция аспирантов СПбГЭУ – 2024 «Интеграционные процессы в науке, образовании и бизнесе: опыт и перспективы развития» (к 300-летию с даты основания Российской академии наук)</p>	<p>Санкт-Петербургский государственный экономический университет</p>	<p>Г. Санкт-Петербург, наб. канала Грибоедова 30-32, лит. Б</p>	<p>15.06.2024-21.06.2024</p>	<p>-</p>	<p>Определены победители конференции, подведены итоги научно-исследовательской работы аспирантов, обмен результатами научной деятельности</p>	<p>Количество участников</p> <table border="1"> <caption>Количество участников</caption> <thead> <tr> <th>Год</th> <th>Количество участников</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2023</td> <td>125</td> </tr> <tr> <td>2024</td> <td>120</td> </tr> </tbody> </table>	Год	Количество участников	2023	125	2024	120
Год	Количество участников											
2023	125											
2024	120											
Выставки												
Тематика (Ювелирная индустрия)												
<p>Международная ювелирная выставка Junwex Петербург</p>	<p>Медиа-холдинг JUNWEX</p>	<p>Г. Санкт-Петербург, Экспофорум, Петербургское шоссе, 64/1</p>	<p>31.01.2024 - 04.02.2024</p>	<p>5 938 представителей ювелирной отрасли представляли свою продукцию в рамках выставки</p>	<p>Было представлено современное ювелирное оборудование, а также современные демонстрационные стенды</p>	<p>Количество участников</p> <table border="1"> <caption>Количество участников</caption> <thead> <tr> <th>Год</th> <th>Количество участников</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2023</td> <td>17574</td> </tr> <tr> <td>2024</td> <td>22574</td> </tr> </tbody> </table>	Год	Количество участников	2023	17574	2024	22574
Год	Количество участников											
2023	17574											
2024	22574											

Источник: составлено автором на основании [38; 39; 58; 66; 77; 78; 86; 102; 114; 120; 123; 140; 141].

Официально зарегистрированные конференции, форумы, выставки могут рассчитывать на государственную поддержку, что в свою очередь позволит привлечь дополнительный поток иностранных делегаций, путём субсидирования их участия.

Также мероприятия в реестре будут разделены исходя из формата на выставки, форумы, конференции или саммиты и иметь подразделы по ключевым тематикам, к которым можно отнести науку, образование, экономику, политику, общество, технологии и др. Сегментация по тематикам позволит определить ключевые вопросы конгрессно-выставочной индустрии в Российской Федерации.

Стоит отметить, что в реестр должны включаться только значимые мероприятия, которые влияют на развитие различных отраслей экономики, способствуют межрегиональному и международному взаимодействию, повышают имидж региона или страны. В рамках научной деятельности требуется рассматривать конференции, в которых присутствовало свыше 100 человек.

Основной составляющей предлагаемого реестра является отраслевая ценность, возможность привлечения зарубежных участников, а также экспортный потенциал. При проведении систематизации конгрессно-выставочных событий необходимо, чтобы мероприятие обладало устойчивой репутацией.

Систематизация конгрессно-выставочных мероприятий играет важную роль в увеличении экспорта услуг данного сектора. Соблюдение установленных критериев отбора мероприятий для включения в реестр позволит повысить конкурентоспособность отрасли, ориентировать её на экспортно-ориентированное развитие и обеспечить соответствие международным стандартам. Реестр будет способствовать привлечению иностранных участников, повышению качества организации, улучшению маркетингового продвижения и обеспечению государственной поддержки.

Глава 3. Методические подходы к формированию структуры проектного офиса по экспорту конгрессно-выставочных услуг и его экономическое обоснование

3.1. Алгоритм создания проектного офиса по экспорту конгрессно-выставочных услуг

Для успешной реализации полного комплекса мероприятий по экспорту конгрессно-выставочных услуг требуется структура, которая будет функционировать и аккумулировать в себе необходимые аспекты для осуществления деятельности. С целью комплексного управления и развития индустрии конгрессов и выставок требуется реализовать бизнес модель проектного офиса, включая перечень сотрудников, обеспечивающих функционирование организации, структуру, финансирование и т.п.

На сегодняшний день в Российской Федерации не существует организации, которая специализируется на экспорте конгрессно-выставочных услуг, но есть примеры реализации экспортной деятельности в целом. Ключевым участником, осуществляющим поддержку экспорта различных услуг, является Российский экспортный центр. Он может выступать одним из инициаторов создания проектного офиса, а также способствовать выделению субсидий на развитие экспорта конгрессно-выставочных услуг в России.

В Российской Федерации существуют конгресс бюро, либо конгрессно-выставочные бюро, которые представляют интересы регионов на зарубежных мероприятиях и способствуют продвижению дестинации как площадки для проведения конгрессов, выставок или форумов. Данная структура предназначена для импорта конгрессно-выставочных услуг, а именно представлении интересов регионов или компаний за рубежом.

Для проведения дальнейшего исследования и обоснования необходимости внедрения проектного офиса по экспорту конгрессно-выставочных услуг необходимо провести сравнительный анализ трех учреждений, согласно таблице 3.1.

Таблица 3.1

**Сравнительный анализ конгресс бюро, российского экспортного центра
и проектного офиса по экспорту конгрессно-выставочных услуг**

Характеристика	Конгресс-бюро	Проектный офис по экспорту конгрессно-выставочных услуг	Российский экспортный центр (РЭЦ)
Основная цель	Привлечение конгрессно-выставочных мероприятий в регион	Помощь в проведении конгрессно-выставочных мероприятий за рубежом	Предоставление российским экспортёрам финансовых и нефинансовых мер поддержки [87]
Направление работы	Импорт конгрессно-выставочных мероприятий	Экспорт конгрессно-выставочных услуг (проведение мероприятий за рубежом, обучение кадров в сфере конгрессно-выставочной индустрии)	Продвижение экспортных возможностей
Клиенты	Представители конгрессно-выставочной отрасли, участники мероприятий	Зарубежные организаторы конгрессно-выставочных мероприятий, государственные органы, нацеленные на развитие конгрессно-выставочной индустрии	Российские компании-экспортёры, государственные структуры
Примеры предоставляемых услуг	Привлечение конгрессно-выставочных мероприятий в регион, локальная поддержка представителям отрасли	Организация, проведение конгрессно-выставочных мероприятий за рубежом, разработка логистики проводимых событий, осуществление маркетинговой кампании	Финансовая поддержка экспортной деятельности, субсидии
Финансирование	Государственно-частное партнерство	Государственно-частное партнерство, доходы от реализуемых экспортных проектов	Государственное финансирование, доходы от платных услуг, частные инвестиции в рамках партнерских проектов

Источник: составлено автором.

Таким образом, несмотря на общие организационные черты, цель, направление работы и предоставляемые услуги являются различными. Основным отличием является направленность деятельности, а именно у конгресс-бюро – импорт мероприятий, у проектного офиса по экспорту конгрессно-выставочных услуг – экспорт конгрессно-выставочных мероприятий, а у российского экспортного центра осуществление поддержки экспортёров в целом.

Создание проектного офиса играет ключевую роль в продвижении Российской Федерации как ведущего международного конгрессно-выставочного центра, поскольку развивает экспорт конгрессно-выставочных услуг, повышает качество проводимых мероприятий за рубежом, увеличивает количество профессионально подготовленных кадров, стимулирует экономическое развитие и улучшает инвестиционный климат.

Для реализации концепции проектного офиса необходимо рассмотреть бизнес модель, сформированную на основе модели Остервальдера (таблица 3.2). Следуя представленной концепции бизнес-модели можно раскрыть каждый её элемент детально. Так, ключевыми потребителями следует считать организаторов конгрессно-выставочных мероприятий за рубежом и государственные организации, поскольку они заинтересованы в улучшении качества проводимых мероприятий, а также в увеличении количества конгрессов, выставок и форумов, что повлияет на развитие смежных индустрий.

Ценностные предложения также ориентированы на развитие экспорта конгрессно-выставочной деятельности, из них к уникальным направлениям деятельности стоит отнести поддержку выхода отечественных организаторов конгрессно-выставочных мероприятий путём включения в состав участников проектного офиса представителей, имеющих успешный опыт реализации конгрессов, выставок и форумов. Помимо этого, проектным офисом по экспорту конгрессно-выставочных услуг будут проводиться мероприятия с учётом культурных и правовых особенностей государства-заказчика. Это включает адаптацию формата мероприятий под специфику целевой аудитории, соблюдение национальных традиций, языка и предпочтений участников.

Для этого планируется привлечение экспертов, специализирующихся на работе с конкретными регионами, а также использование маркетинговых инструментов с учётом особенностей государства для продвижения конгрессно-выставочных мероприятий.

Бизнес-модель создания проектного офиса по экспорту конгрессно-выставочных услуг (по Остервальдеру)

Потребительские сегменты	Ценностные предложения	Отношения с клиентами	Ключевые ресурсы	Потоки доходов
Национальные и региональные конгрессно-выставочные центры, и организаторы мероприятий	Поддержка выхода на международный рынок для организаторов конгрессно-выставочных мероприятий	Персонализированные консультации и стратегическое планирование для каждого клиента с учётом особенностей конгрессно-выставочного мероприятия	Квалифицированный персонал с опытом в организации и проведении конгрессно-выставочных мероприятий	Консалтинговые и организационные услуги (разработка концепции и координация конгрессно-выставочных мероприятий)
Компании и бренды, ориентированные на экспорт и заинтересованные в международных выставках, конгрессах и форумах	Адаптация мероприятий для международной аудитории с учётом культурных и правовых особенностей	Активная работа с обратной связью, чтобы улучшить сервис и удовлетворять потребности международных клиентов	Маркетинговые и PR-специалисты, владеющие языками и знающие особенности иностранных рынков	Продажи пакетов поддержки для компаний, участвующих в зарубежных выставках и конгрессах
Государственные агентства и организации, продвигающие туризм и экономику страны	Консалтинговые услуги по продвижению и организации мероприятий за рубежом, включая PR, маркетинг и взаимодействие с иностранными партнерами	Программа лояльности для постоянных клиентов, предлагающая скидки на повторные услуги	Цифровая платформа для координации и продвижения услуг, а также собственная платформа для проведения онлайн-конференций	Маркетинговые услуги для брендов, представленных на международных конгрессно-выставочных мероприятиях
Иностранные партнеры и ассоциации, желающие сотрудничать с российскими конгрессно-выставочными организациями	Обеспечение высоких стандартов качества мероприятий для повышения конкурентоспособности на международной арене	Образовательные программы и вебинары для клиентов по теме экспорта выставочных услуг	Партнерская сеть за рубежом, включающая локальных поставщиков, организаторов и переводчиков	Партнёрские соглашения с организаторами конгрессно-выставочных мероприятий, площадками для проведения конгрессов, выставок и форумов за рубежом
	Комплексная логистическая поддержка (визовая поддержка, бронирование, транспорт,			Образовательные услуги (семинары, курсы по вопросам организации и проведения мероприятий)

	переводческие услуги, разработка транспортной концепции)		
	Предоставление образовательных услуг (курсы, семинары)		
Ключевые партнеры	Каналы коммуникации	Ключевые виды деятельности	Структура издержек
Местные и международные конгрессно-выставочные организации и конгрессные центры	Прямые контакты и сеть агентств, специализирующихся на международной конгрессно-выставочной деятельности	Планирование и организация мероприятий за рубежом, включая логистику, рекламу, обеспечение мест проведения	Фонд оплаты труда сотрудников и партнеров за границей
Ассоциации и торгово-промышленные палаты, способствующие международному сотрудничеству	Цифровые платформы и сайты мероприятий, предлагающие услуги на экспорт	Маркетинг и продвижение услуг на международных рынках	Маркетинговые и рекламные расходы, необходимые для продвижения услуг.
Государственные органы и национальные бюро по экспорту, поддерживающие развитие и финансирование международных проектов	Выставочные мероприятия и международные конгрессы, где можно представить услуги	Разработка стратегий по адаптации контента для разных аудиторий и культур	Транспортные и логистические издержки, особенно в случае организации мероприятий за границей
	Сотрудничество с ассоциациями, занимающимися международной торговлей и развитием деловых связей	Обучение и поддержка клиентов, помогая им максимально эффективно использовать возможности рынков конгрессно-выставочной деятельности	Технологические расходы, включая поддержание онлайн-платформы и проведение вебинаров Аренда и операционные расходы на содержание офиса

Источник: составлено автором.

Кроме того, могут быть созданы специальные финансовые и юридические инструменты поддержки отечественных организаторов. Это может включать субсидирование участия в международных выставках, упрощение процедур для ведения внешнеэкономической деятельности и разработку контрактных схем, учитывающих специфику работы на международных рынках.

Таким образом, ключевым элементом ценностных предложений станет интеграция знаний, опыта и ресурсов, направленных на повышение конкурентоспособности российского сектора конгрессно-выставочной деятельности на мировой арене.

Бизнес модель позволяет выстроить сегментацию и приоритизацию целевых аудиторий и помогает определить основных клиентов проектного офиса по экспорту конгрессно-выставочных услуг, можно рассмотреть кого офис сопровождает, а с кем работает через партнерские механизмы. Офисом не просто координируется деятельность, но и выполняются конкретные функции, такие как отбор и сопровождение экспортных мероприятий, продвижение конгрессно-выставочных услуг на зарубежных рынках, проведение мониторинга и аналитики.

С учётом представленных особенностей, а также важности организации внешнеэкономической деятельности (представление государства на международной арене) нами были разработаны критерии включения организаторов мероприятий в структуру проектного офиса по экспорту конгрессно-выставочных услуг, согласно таблице 3.3.

Представленная шкала оценки позволяет оценить готовность организаций к осуществлению экспортной деятельности в рамках проектного офиса. Выделенные критерии объединяют факторы, влияющие на конкурентоспособность, направление стратегического развития и соответствие услуг международным стандартам.

Таблица 3.3

**Шкала оценки для отбора отечественных организаций в области
конгрессно-выставочной деятельности в проектный офис по экспорту
конгрессно-выставочных услуг**

Критерий	Максимальный балл	Описание условий для получения баллов	Обоснование выбора критерия
Опыт в международной деятельности	20	Организация проводила международные конгрессно-выставочные мероприятия и имеет устойчивые деловые связи за рубежом.	Экспорт конгрессно-выставочных услуг требует знаний специфики международных рынков и устойчивых связей с зарубежными партнерами.
	10	Участие в международных конгрессно-выставочных мероприятиях в качестве организатора.	
	5	Опыт в международной конгрессно-выставочной деятельности отсутствует, но реализованы проекты с иностранными партнерами внутри РФ.	
	0	Отсутствие опыта.	
Объем экспортируемых конгрессно-выставочных услуг за последние 3 года	15	Экспортные услуги $\geq 30\%$ от выручки.	Высокая доля экспорта конгрессно-выставочных услуг свидетельствует о готовности компании к масштабированию на международных рынках.
	10	Экспорт 10–30%.	
	5	Менее 10%.	
	0	Отсутствует экспортная деятельность.	
География экспорта конгрессно-выставочной деятельности	15	Работа более чем в 5 странах.	Широкая география показывает способность организации адаптироваться к различным условиям международного рынка.
	10	3–5 стран.	
	5	1–2 страны.	
	0	Только внутренняя деятельность.	
Квалификация сотрудников	15	Наличие международных сертификатов в сфере организации и проведения конгрессно-выставочных мероприятий.	Высокий уровень квалификации сотрудников способствует повышению качества услуг и их адаптации к международным стандартам.
	10	Наличие отечественных сертификатов в сфере организации и проведения	

		конгрессно-выставочных мероприятий.	
	5	Квалификация подтверждена опытом.	
	0	Отсутствие квалифицированных сотрудников / отсутствие информации, подтверждающей опыт сотрудников	
Финансовая устойчивость	10	Стабильный рост выручки за последние 3 года.	Финансовая устойчивость свидетельствует о способности компании справляться с внешними экономическими вызовами.
	5	Положительная динамика, но с отклонениями.	
	0	Убытки или снижение выручки.	
Репутация на рынке	10	Участие в международных конгрессно-выставочных ассоциациях.	Репутация подтверждает признание компании на рынке конгрессно-выставочных услуг и её надежность для международных партнёров.
	5	Участие в российских ассоциациях.	
	0	0 баллов: Отсутствие участия.	
Участие в государственных программах	10	10 баллов: Регулярное участие в грантах и программах. -	Государственные программы являются важным источником поддержки и индикатором доверия со стороны органов власти.
	5	Участие в государственных программах 1 раз.	
	0	Отсутствие опыта участия.	
Соответствие стратегическим целям	5	Наличие долгосрочных экспортных стратегий.	Стратегическая направленность позволяет компании гармонично интегрироваться в задачи проектного офиса.
	3	Краткосрочные экспортные планы.	
	0	Отсутствие экспортных целей	
Экологическая и социальная ответственность	5	Реализация программ устойчивого развития (ESG, green MICE).	Ответственность в сфере экологии и общества повышает привлекательность компании для международных партнёров.
	3	Частичные инициативы.	
	0	Отсутствие таких программ.	

Источник: составлено автором.

Для начала необходимо провести комплексный анализ рынка и его сегментацию: определить основные категории компаний, которые имеют потенциал для расширения экспорта услуг, например, крупные выставочные центры, организаторы международных мероприятий, профильные агентства, компании технологического сопровождения и поставщики оборудования.

Затем требуется диагностика экспортного потенциала компании, а именно проведение анкетирования или аудита с целью оценки текущего уровня готовности к выходу на международный рынок. Это включает анализ возможностей адаптации услуг к требованиям иностранных клиентов, наличие профессиональных кадров со знанием иностранных языков, а также проверка стандартов качества.

Для включения организации в проектный офис по экспорту конгрессно-выставочных услуг необходимо выяснить какие аспекты требуют доработки (например, знание иностранного законодательства, культурные различия, маркетинг на международных рынках), и предложить обучающие программы. Для реализации механизма взаимодействия с участниками проектного офиса можно рассмотреть разные уровни членства в проектном офисе с возможностью расширения пакета услуг и поддержки для участников. Разработка контрактных условий и соглашений позволит включить стандарты качества, сроки сотрудничества, а также ответственность сторон.

Подписание соглашений о сотрудничестве с обязательным рассмотрением юридических и финансовых вопросов, индивидуальная поддержка для каждого нового участника: создание плана адаптации, который включает обучение, помощь в разработке маркетинговых стратегий, поддержку в поиске партнеров за рубежом. Назначение куратора для каждого нового участника, чтобы упростить их включение в проект.

Для оценки качества деятельности организации в рамках деятельности проектного офиса по экспорту конгрессно-выставочных услуг требуется разработать системы метрик для оценки эффективности участия в проекте и регулярное предоставление отчетов участниками (рисунок 3.1).

По результатам деятельности необходимо проводить мониторинг результатов: регулярную оценку участия каждой компании в проекте по таким показателям, как количество новых международных контактов, рост экспорта услуг и удовлетворенность потребителей. На основе полученных данных о результатах и изменениях на рынке следует корректировать стратегию

проектного офиса, добавляя новые услуги или улучшая текущие услуги в рамках экспорта конгрессно-выставочных услуг.

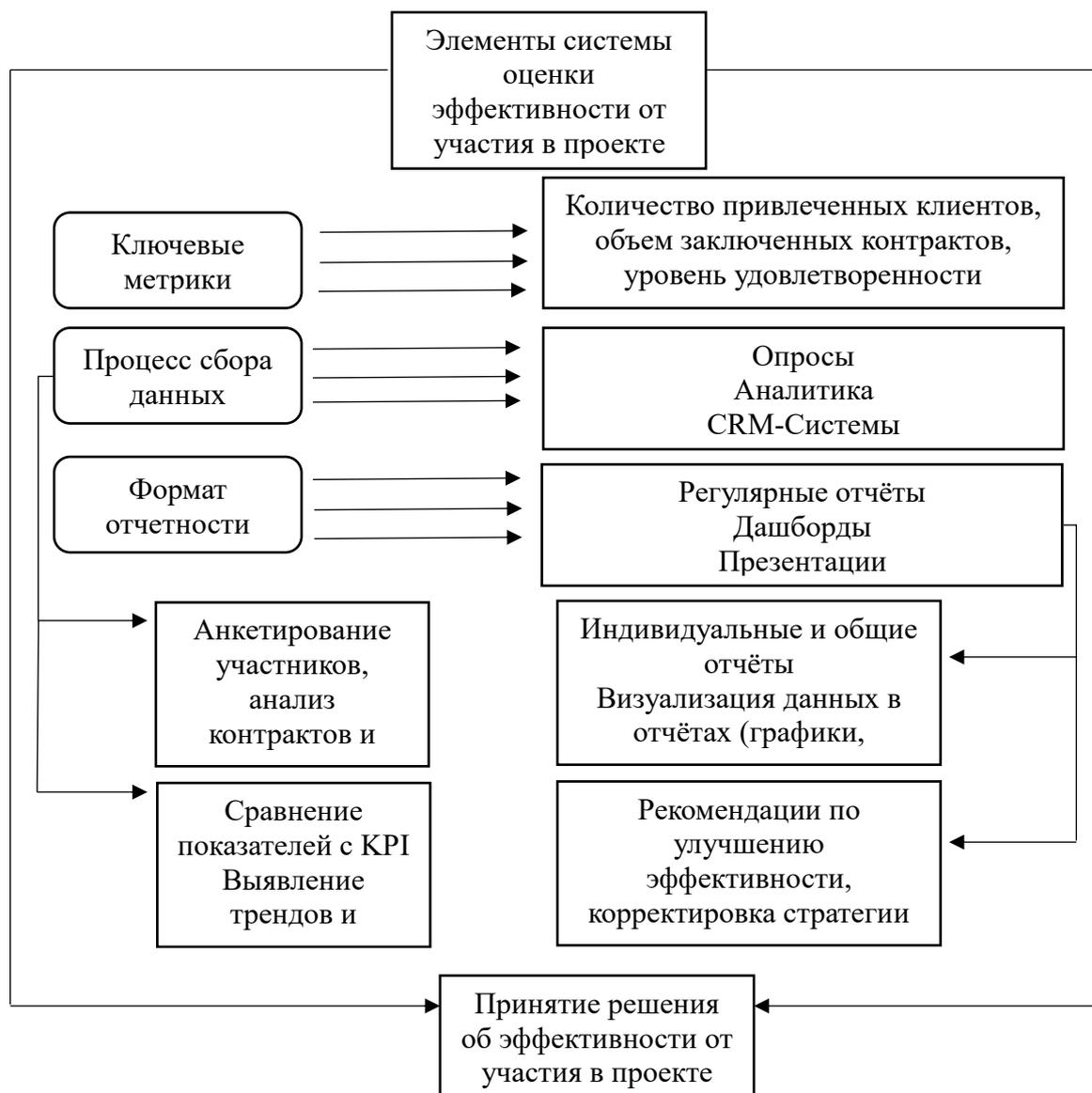


Рисунок 3.1 - Система оценки эффективности от участия в проекте
(составлено автором)

Предложенный алгоритм позволяет выстроить систему для поэтапного привлечения и интеграции новых участников в проектный офис, обеспечивая высокий уровень поддержки на всех этапах и максимизируя эффект от экспортной деятельности компаний.

В рамках осуществления образовательных услуг требуется привлечение представителей научного и отраслевого сообщества, которые смогут подготовить квалифицированные кадры для осуществления конгрессно-

выставочной деятельности. Образовательная деятельность, в рамках экспорта конгрессно-выставочных услуг, может осуществляться как в очном, так и в дистанционном формате.

Важно, чтобы образовательные программы имели аккредитацию на международном уровне и были конкурентоспособными. Для этого требуется выделить критерии, позволяющие привлечь международную аудиторию:

- уникальный продукт должен включать адаптацию контента под конкретную аудиторию, в том числе необходимо разделение по специализациям в рамках тематик мероприятий с учётом отраслевых особенностей. Требуется проводить образовательные программы с применением инновационных и эксклюзивных педагогических подходов (мастер-классы, проведение интерактивных выставок, форумов в качестве организатора).

- образовательные услуги в рамках деятельности проектного офиса по экспорту конгрессно-выставочных услуг должны быть гибкими с учётом целевой аудитории (зарубежные участники). Для этого необходимо создание собственной платформы для осуществления образовательной деятельности онлайн, доступ к которой будет контролироваться представителями проектного офиса. Также для реализации образовательных услуг на платформе необходимо осуществление мультиязычной технической поддержки и клиентского сервиса.

- сотрудничество с международными ассоциациями и отраслевыми организациями с целью повышения репутации к российским образовательным услугам. Необходимо привлекать ведущих специалистов не только в рамках отечественного рынка конгрессно-выставочной индустрии, но и профессионалов международного уровня, организующих успешные конгрессно-выставочные мероприятия.

Учет представленных критериев позволит успешно осуществлять образовательную деятельность в рамках экспорта конгрессно-выставочных услуг с учётом международных требований.

Одним из основных факторов реализации проектного офиса по экспорту конгрессно-выставочных услуг является финансирование. В качестве основных финансовых потоков можно рассмотреть государственно-частное партнерство и доходы от осуществляемой деятельности. Стоит отметить, что государственно-частное партнерство будет востребовано на первых этапах осуществления деятельности, затем финансирование будет проводиться за счёт реализации проектов.

В таблице 3.2 рассмотрена деятельность, приносящая доход от экспорта конгрессно-выставочных услуг. Ключевым источником дохода являются консалтинговые и организационные услуги (разработка концепции и координация конгрессно-выставочных мероприятий). Они играют важную роль, так как обеспечивают подготовку, разработку концепции и проведения конференций, форумов или выставок.

На этапе разработки концепции проведения конгресса, выставки или форума требуется учесть множество факторов. Прежде всего, подход к организации каждого мероприятия должен быть уникальным и учитывать потребности заказчика услуг. Например, организация выставки высокотехнологичного оборудования может быть ориентирована на инновационные разработки и практическое применение технологий. Концепция также должна соответствовать текущим мировым тенденциям и вызовам, таким как устойчивое развитие (ESG), цифровизация и экологическая ответственность. При этом важно учитывать культурные особенности целевой аудитории, которые могут повлиять на восприятие конгрессно-выставочного события.

Координация конгрессов, выставок и форумов на международной арене включает множество аспектов, начиная от планирования логистики до работы с локальными партнерами. Логистика включает доставку выставочных стендов, оборудования для проведения мероприятий в случае его отсутствия на площадке. Этот процесс требует соблюдения таможенных формальностей и международных правил перевозки грузов. Работа с местными поставщиками

услуг, такими как выставочные центры, агентства по организации питания, отели, переводчики и т.д. является важным элементом конгрессно-выставочного мероприятия.

Для успешной реализации мероприятия требуется осуществление маркетинговой поддержки - продвижение мероприятия через международные каналы, такие как отраслевые журналы, социальные сети и специализированные платформы. Одновременно с продвижением мероприятия рассматриваются вопросы сопровождения участников (помощь в оформлении виз, бронирование проживания, организация трансфера и обеспечение комфортных условий пребывания).

Осуществление консалтинговых услуг в рамках экспорта конгрессно-выставочных мероприятий способствует укреплению имиджа российских компаний как надежных профессиональных партнеров, в том числе дает возможность формировать международную репутацию Российской Федерации на международных рынках конгрессно-выставочных услуг как значимого и конкурентоспособного игрока.

В современных условиях глобализации консалтинговые и организационные услуги становятся ключевым инструментом для осуществления эффективного экспорта конгрессно-выставочных услуг. Представленные виды деятельности обладают большим потенциалом и позволяют не только интегрировать российские компании в международные процессы, но и содействовать устойчивому развитию на рынке конгрессно-выставочной деятельности.

При продаже пакетов услуг для компаний, участвующих в зарубежных выставках и конгрессах можно рассмотреть приобретение каждой услуги по отдельности, согласно рисунку 3.2.

Организационная поддержка включает в себя аренду выставочной площади, проектирование и оформление стенда предприятия, либо региона и логистику, включая транспортную концепцию организации конгрессно-выставочного мероприятия.

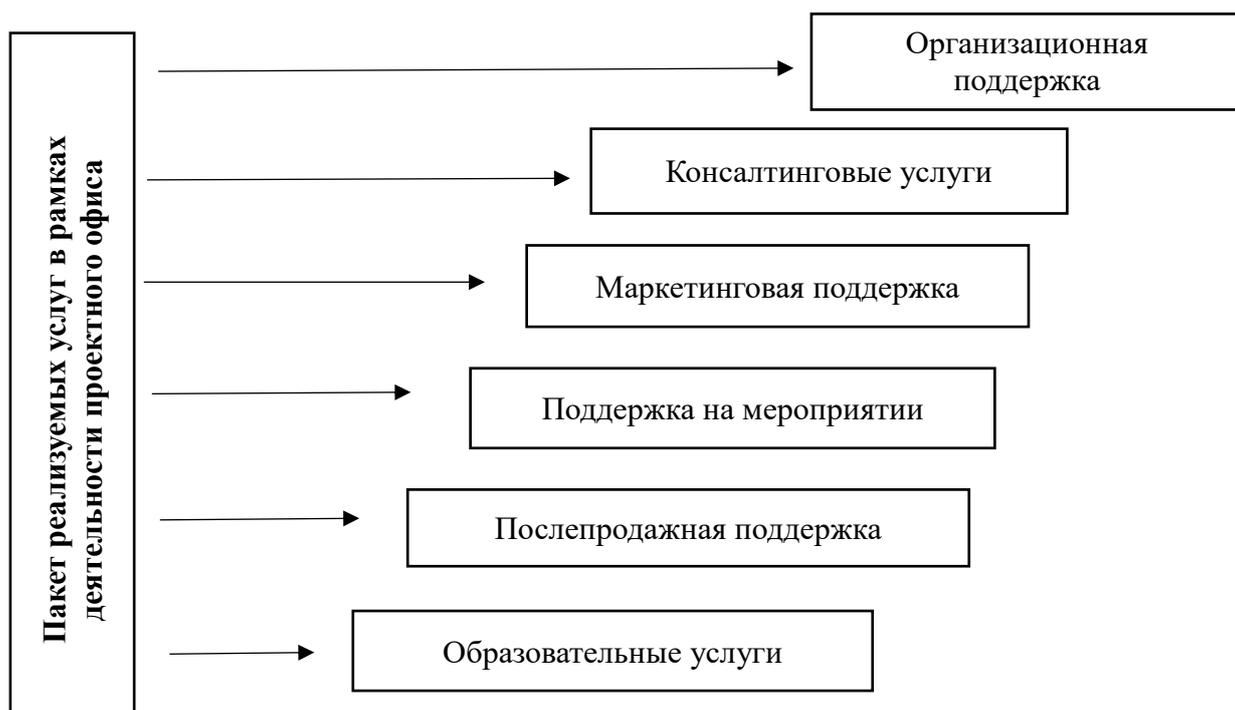


Рисунок 3.2 - Пакет услуг, реализуемых проектным офисом по экспорту конгрессно-выставочных услуг (составлено автором)

Консалтинговые услуги подразумевают подготовку аналитических отчётов по прошедшим мероприятиям в разрезе по регионам и отраслям, а также оценку конкурентной среды и прогнозы по количеству участников конгрессно-выставочного мероприятия. В рамках данного вида услуг специалисты проектного офиса по экспорту конгрессно-выставочных услуг смогут предложить рекомендации по адаптации продукта или услуг под специфику регионального рынка.

Маркетинговая поддержка необходима как для продвижения конгресса, выставки или форума, так и для включения компании в общую рекламу на базе проектного офиса. Информация об организаторе может быть размещена в официальных каталогах и на сайте. Помимо этого, требуется создание маркетинговых материалов (разработка макетов раздаточной продукции, презентаций, каталогов, видео и других материалов для продвижения конгрессно-выставочного события).

В рамках данного пакета услуг будет организовано PR сопровождение, подготовлены пресс и пост-релизы, организованы зоны для пресс подхода и

привлечены журналисты с ключевыми государственными и отраслевыми медиа. Каждое конгрессно-выставочное событие должно быть освещено, чтобы создавать и поддерживать интерес к мероприятию, а также для укрепления имиджа участников и организатора. Грамотный подход к реализации маркетинговой кампании также создаст положительную репутацию проектного офиса по экспорту конгрессно-выставочных услуг на международной арене и увеличит клиентскую базу.

Поддержка на мероприятии включает в себя планирование B2B встреч с потенциальными партнерами, инвесторами или представителями участников конгрессно-выставочного мероприятия (отраслевых предприятий, представителей государственной власти), планирующих строительство стендов в рамках форума или выставки. Следует отметить, что в поддержку на мероприятии входит услуга по привлечению профессиональных переводчиков и синхронистов, а также подготовка переводов презентационных материалов.

Помимо этого, проведение мероприятий в настоящее время сопровождается активным использованием информационных технологий, пакет услуг по поддержке мероприятия включает техническую помощь, а именно настройку оборудования, обеспечение бесперебойной связи и интернета, в том числе подготовку к подключению онлайн участников. Грамотно организованная техническая поддержка мероприятия не позволяет организаторам столкнуться с проблемами, которые негативно повлияют на репутацию конгресса, выставки или форума. Технические сбои в трансляциях, неполадки с оборудованием или проблемы с интернетом могут подорвать доверие участников и партнеров мероприятия.

Техническая поддержка является одним из ключевых элементов, который обеспечивает высокий уровень проведения конгрессно-выставочных мероприятий, создавая условия для эффективного взаимодействия участников, качественного представления контента и успешной реализации задуманных целей, что особенно важно на международном уровне.

Послепродажная поддержка организаторов конгрессно-выставочных мероприятий включает в себя анализ результатов участия, рекомендации по дальнейшему развитию конгресса, форума или конференции, выявление плюсов и минусов по итогам проведения события, помощь в исполнении договора с конгрессно-выставочной площадкой.

В рамках продажи пакета по экспорту конгрессно-выставочных услуг предполагаются три вида (базовый пакет, расширенный пакет, индивидуальный пакет) (рисунок 3.3).



Рисунок 3.3 – Классификация пакетов услуг проектного офиса по уровням сопровождения и типу целевой аудитории (составлено автором)

Базовый пакет включает предоставление одного вида услуги на выбор заказчика, расширенный пакет включает в себя организационную поддержку, консалтинговые услуги и маркетинговую поддержку. Индивидуальный пакет даёт возможность заказчику выбрать любой формат поддержки в зависимости от финансовой составляющей.

Организационная структура позволяет определить роли и функции каждого подразделения в соответствии с необходимыми требованиями и

устанавливает ответственность по каждому направлению работ в рамках экспорта конгрессно-выставочных услуг.

Сроки реализации проектов в рамках деятельности проектного офиса по экспорту конгрессно-выставочных услуг целесообразно рассматривать в зависимости от запроса заказчика, выбранного пакета услуг и масштаба конгресса, выставки или форума. Так, можно выделить цикл подготовки от 12 до 18 месяцев и разбить на несколько ключевых этапов:

1. Подготовительный этап (3-4 месяца) – анализ рынков, определение приоритетных стран, формирование проектной команды, проведение переговоров, подготовка финансово-экономического обоснования, поиск инвесторов;

2. Организационно-логистический этап (5-6 месяцев) – бронирование площадки, заключение контрактов с подрядчиками, создание маркетинговой стратегии, подготовка документации (переводы, визовая поддержка, сертификация);

3. Этап реализации мероприятия (1-2 месяца) - проведение мероприятия, мониторинг КРІ, информационная кампания в СМИ и социальных сетях;

4. Оценочно-аналитический этап (3-4 месяца) – подготовка отчётов о прошедшем конгрессно-выставочном мероприятии, анализ экономического эффекта, сбор статистики и обратной связи от участников, закрепление партнерских связей, в случае необходимости корректировка методики сопровождения будущих проектов.

Для осуществления деятельности проектного офиса по экспорту конгрессно-выставочных услуг необходимо разработать организационную структуру с целью обеспечения эффективной работы и достижения поставленных целей. Представленная структура (рисунок 3.4) позволит создать чёткую систему распределения обязанностей, регулировать внутренние и внешние коммуникации, а также осуществлять деятельность в соответствии с международными требованиями к экспорту услуг.

В рамках реализации деятельности проектного офиса по экспорту конгрессно-выставочных услуг представленная на рисунке 3.4 организационная структура является важным инструментом для построения эффективной и устойчивой системы управления, направленной на рост эффективности экспорта конгрессно-выставочных услуг. Она способствует повышению эффективности, укреплению позиций на международной арене и реализации долгосрочных целей.

Руководство проектным офисом по экспорту конгрессно-выставочных услуг будет осуществляться директором, он отвечает за стратегическое управление, развитие, взаимодействие с органами власти и ключевыми партнерами. Им устанавливаются приоритетные виды деятельности, ставятся цели и задачи для реализации, формируются ключевые показатели эффективности (KPI) сотрудников проектного офиса.

В непосредственном подчинении у директора находится отдел бухгалтерского учёта, отдел юридического сопровождения, а также заместители по операционной и коммерческой деятельности. Отдел юридического сопровождения в рамках соответствующих компетенций занимается заключением договоров и соглашений с партнерами и участниками проектного офиса. Отдел бухгалтерского учёта занимается деятельностью по управлению активами, а также финансовой отчётностью по осуществляемой деятельности, планирует доходы и расходы бюджета, а также формирует управленческую отчётность.

Заместителем директора по операционной деятельности координируется деятельность по реализации проектов по экспорту конгрессно-выставочной деятельности, решаются вопросы обеспечения логистики проводимых мероприятий, осуществляется руководство PR-компаниями и брендингом мероприятий. Заместителем по операционной деятельности также обеспечивается бесперебойная деятельность всех процессов, связанных с организацией мероприятий, в том числе соблюдение сроков и бюджета по договору.



Рисунок 3.4 - Организационная структура проектного офиса (составлено автором)

Заместителем директора по операционной деятельности координируется деятельность по реализации проектов по экспорту конгрессно-выставочной деятельности, решаются вопросы обеспечения логистики проводимых мероприятий, осуществляется руководство PR-компаниями и брендингом мероприятий. Заместителем по операционной деятельности также обеспечивается бесперебойная деятельность всех процессов, связанных с организацией мероприятий, в том числе соблюдение сроков и бюджета по договору.

Отдел маркетинга занимается ведением социальных сетей проектного офиса по экспорту конгрессно-выставочных услуг, поиском партнеров, организацией B2B встреч с целью презентации возможностей по организации и сопровождению конгрессно-выставочных мероприятий, в том числе, в рамках реализации пакета услуг, включающего маркетинговую поддержку. Сотрудниками подразделения может осуществляться модерация сайта каждого конгрессно-выставочного мероприятия.

Поскольку экспорт конгрессно-выставочных услуг связан не только с развитием экономики, либо определенных отраслей, но и формирует имидж государства, как привлекательного партнера для инвестиций и развития технологий, необходимо привлекать СМИ, профессиональные сообщества и лидеров мнений, что позволит повысить доверие к проектному офису, создать участие в мероприятиях более прозрачным. В сфере конгрессно-выставочной деятельности важен репутационный фактор, так как иностранные партнеры оценивают не только содержательную часть мероприятия, но и их позиционирование на международной арене.

Сотрудничество с блогерами и медиа позволяет использовать бартерные схемы (предоставление эксклюзивного контента, получение аккредитации на мероприятие) и гибко таргетировать аудиторию, что позволяет продвигать конгрессно-выставочное мероприятие более адресно.

Отдел клиентской поддержки взаимодействует с текущими и потенциальными клиентами, оказывает консультации по предоставляемым

услугам, предоставляет актуальную информацию о стоимости услуг, принимает, анализирует и решает жалобы и претензии клиентов, в том числе разрабатывает регламенты и стандарты качества обслуживания.

Отдел консалтинга и финансовой аналитики разрабатывает рекомендации по повышению эффективности деятельности, анализирует доходы и расходы проектного офиса по экспорту конгрессно-выставочных услуг, проводит оценку конкурентов и разрабатывает рекомендации для усиления конкурентных позиций проектного офиса на международной арене конгрессно-выставочных мероприятий.

Отделом образовательной деятельности будет осуществляться комплекс услуг по повышению квалификации кадров, организующих экспорт конгрессно-выставочной деятельности за рубежом, а также зарубежных представителей, заинтересованных в повышении профессиональных компетенций. Сотрудниками данного отдела будут разрабатываться учебные программы, направленные на повышение эффективности организации и проведения конгрессно-выставочных мероприятий.

Отдел IT и цифровых технологий в рамках проектного офиса по экспорту конгрессно-выставочных услуг выполняет основные функции, направленные на цифровизацию процессов при проведении конгрессов, выставок, форумов: управление данными участников мероприятий, обеспечение технической поддержки. Деятельность отдела направлена на разработку, внедрение и сопровождение программных решений, которые способствуют оптимизации и обеспечению высокой технологической оснащенности конгрессно-выставочных мероприятий.

Кроме того, одним из ключевых направлений работы отдела IT является разработка и поддержка онлайн-платформы для организации и проведения конгрессов, выставок или форумов. Для реализации данной задачи специалисты отдела создают цифровую экосистему, которая включает регистрационные модули, функции управления расписанием, интеграции с

платежными системами, а также инструменты для возможности взаимодействия между участниками мероприятий.

Деятельность проектного офиса по экспорту конгрессно-выставочных услуг имеет непосредственное влияние как на рост экономики РФ, так и на экономическое развитие страны-импортера. Помимо непосредственного влияния от проводимых форумов, выставок и конференций необходимо отметить косвенное влияние на смежные отрасли, например, транспортную инфраструктуру, гостиницы и т.п. В таблице 3.4 представлено влияние экспорта конгрессно-выставочных услуг на развитие отечественной и зарубежной экономики.

Таблица 3.4

Критерии влияния экспорта конгрессно-выставочных услуг на участников международного взаимодействия

Критерий	Российская Федерация	Страна-импортер
Экономическое развитие	Проектный офис способствует увеличению экспорта услуг, что стимулирует развитие экономики. Конгрессно-выставочная деятельность помогает привлекать иностранных инвесторов, продвигать российские технологии, продукцию и услуги на глобальных рынках.	Проведение выставок и конгрессов способствует обмену передовыми технологиями, продуктами и решениями, что улучшает экономическую инфраструктуру и развивает взаимовыгодные партнерства.
Имиджевое позиционирование	Участие в международных выставках укрепляет имидж страны как глобального игрока, способного организовывать крупные мероприятия мирового уровня. Это также подчеркивает культурное, научное и экономическое влияние Российской Федерации на мировых рынках.	Совместные проекты укрепляют двусторонние отношения, позволяя стране-партнеру демонстрировать свою открытость к сотрудничеству, что улучшает её международный имидж.
Развитие человеческого капитала	Работа в сфере конгрессно-выставочных услуг дает возможности для обучения, профессионального роста и международного опыта российских специалистов.	Обучение и обмен опытом в рамках таких мероприятий позволяет другой стране развивать навыки и компетенции своих кадров, укрепляя их профессиональную базу.
Инновации и технологии	Участие в международных мероприятиях позволяет демонстрировать отечественные разработки и получать доступ к	Российские инновации могут быть внедрены в экономику страны-партнера,

	передовым технологиям других стран.	способствуя её технологическому прогрессу.
Укрепление культурных и дипломатических связей	Конгрессно-выставочная деятельность открывает возможности для культурного обмена, продвижения российских традиций и укрепления дипломатических связей.	Конгрессно-выставочные мероприятия создают платформу для взаимопонимания, способствуют сотрудничеству и улучшению отношений между народами.

Источник: составлено автором.

Таким образом, создание и реализация проектного офиса по экспорту конгрессно-выставочных услуг способствует развитию индустрии конгрессов и выставок, повышению имиджа на мировой арене, повышению профессиональных компетенций. Представленная нами организационная структура позволяет осуществить комплексную поддержку участникам конгрессно-выставочного рынка Российской Федерации как экспортёрам, так и представителям иностранного государства - импортёрам.

Преимущества предложенной организационной структуры проектного офиса по экспорту конгрессно-выставочных услуг заключаются в её способности эффективно координировать, управлять и развивать международное сотрудничество в данной сфере. Эта структура обеспечивает стратегическую гибкость, функциональную специализацию и ориентацию на долгосрочный результат, что способствует повышению конкурентоспособности России на глобальном рынке конгрессно-выставочных услуг.

Предложенная структура позволяет чётко разграничить функции и полномочия между различными подразделениями. Это способствует ясности в распределении обязанностей, предотвращает дублирование функций и облегчает контроль над выполнением задач. Например, отдельные подразделения могут быть сосредоточены на стратегическом планировании, маркетинге, партнёрских соглашениях с международными организациями и управлении конкретными проектами. Такое разделение создаёт условия для

углубления профессионализма и повышения квалификации специалистов, занятых в каждом из направлений.

Проектный офис построен таким образом, чтобы оперативно адаптироваться к изменениям на международных рынках и новым требованиям индустрии. Это достигается за счёт гибкой и модульной структуры, в которой можно быстро перераспределять ресурсы между проектами, повышать активность в приоритетных направлениях или запускать новые инициативы. Например, если на международном рынке конгрессно-выставочных услуг возрастает интерес к новым регионам или форматам мероприятий, проектный офис сможет оперативно адаптироваться и перераспределить ресурсы на новые направления.

Благодаря централизованной координации действий, проектный офис способен обеспечить синергию между различными участниками процесса: государственными органами, бизнесом, образовательными и культурными учреждениями. Это позволяет комплексно решать задачи, такие как продвижение национального бренда, привлечение инвестиций и развитие технологий. Таким образом, организация выступает не только инструментом управления, но и платформой для объединения всех заинтересованных сторон.

Проектный офис по экспорту конгрессно-выставочных услуг может быть представлен в регионах как часть единой управленческой экосистемы, в рамках которой федеральный центр разрабатывает стратегию и стандарты, а регионы становятся участниками реализации проектов. Так, регионы могут выполнять роль витрины компетенций. Например, Сочи и Краснодар способны предлагать проекты в сфере туризма и медицины, Татарстан в области машиностроения и т.п. Предлагаемая модель позволит каждому региону использовать сильные стороны и выходить на глобальные рынки в составе единой национальной структуры.

Сотрудники проектного офиса занимаются не только организацией международных мероприятий, но и продвижением российского опыта, продуктов и технологий за рубежом. Это повышает узнаваемость и авторитет

страны на международной арене, способствует привлечению инвестиций и расширению сети деловых контактов.

Наконец, применение цифровых технологий и современных инструментов управления в рамках проектного офиса обеспечивает высокий уровень прозрачности и аналитики. Это позволяет руководству принимать обоснованные решения, прогнозировать тенденции и эффективно распределять ресурсы. Цифровизация также улучшает коммуникацию с международными партнёрами, упрощает проведение как конгрессно-выставочных мероприятий, так и образовательных услуг для развития кадрового потенциала и минимизирует затраты времени и средств.

Стоит отметить, что проектный офис по экспорту конгрессно-выставочных услуг не является только координационным элементом, данную организацию необходимо рассматривать с точки зрения управленческой единицы, которая способна обеспечить системную поддержку отечественных организаторов конгрессно-выставочной индустрии с целью выхода на мировую арену. В отличие от центров поддержки экспорта проектный офис должен быть встроен в экосистему национального продвижения Российской Федерации посредством прямой связи с Министерством экономического развития, торговыми миссиями за рубежом, а также с национальными брендовыми платформами («Сделано в России» и т.п.). Это формирует уникальный формат гибридной модели управления, в котором могут сочетаться элементы государственного управления, рыночных механизмов и проектной гибкости.

Также ключевой особенностью является построение кластерных экспортных пакетов. Так, в рамках одного мероприятия можно объединить субъекты из смежных отраслей (ИТ, экономику, сферу услуг и т.п.). Помимо этого, в рамках деятельности офиса может происходить интеграционная функция различных видов услуг. Подготовка кадров, маркетинг, логистика юридическая экспертиза и анализ рынков способствуют успешному проведению мероприятия.

Создание современного проектного офиса должно сопровождаться внедрением цифровой платформы, на базе которой можно будет обрабатывать входящие заявки, формировать аналитические отчёты по странам и отраслям, принимать статистику по итогам прошедших конгрессно-выставочных мероприятий, а также автоматизировать подачу заявок на получение субсидий, либо грантов.

Таким образом, представленная организационная структура проектного офиса обладает рядом значительных преимуществ, которые делают её не только эффективным инструментом управления, но и важным фактором стратегического развития российской экономики и международного сотрудничества.

3.2. Оценка ресурсной составляющей создания проектного офиса по экспорту конгрессно-выставочных услуг

Работа проектного офиса по экспорту конгрессно-выставочных услуг требует обоснования привлечения инвестиций, расчёта рентабельности проектов, а также анализа затрат на содержание офиса, включая фонд оплаты труда сотрудников. Создание проектного офиса по экспорту конгрессно-выставочных услуг предполагает привлечение как частных, так и государственных средств. Для получения государственных средств будут привлечены гранты, субсидии и т.п., например, субсидирование участников конгрессно-выставочного рынка, поддержка от Российского экспортного центра, федеральные и региональные программы поддержки, программы льготного кредитования, компенсация затрат на сертификацию.

В динамично изменяющейся среде национальные операторы конгрессно-выставочных мероприятий сталкиваются с необходимостью системно развивать экспортную деятельность в сфере конгрессно-выставочных услуг, что требует институционального оформления проектной деятельности. Расчёт стоимости создания проектного офиса по экспорту конгрессно-выставочных услуг представляет собой комплексную задачу,

которая включает анализ стратегических целей, оценку организационно-штатной структуры, расчёт прямых и косвенных затрат, а также потребности в материально-технических и информационных ресурсах.

Расчёт позволит оценить сроки окупаемости предполагаемого проекта, а также проанализировать инвестиционный потенциал офиса для государственных и частных партнеров, что даст возможность диверсифицировать источники финансирования, минимизировать риски, повысить устойчивость экспортных инициатив и укрепить конкурентные позиции участников рынка конгрессов и выставок Российской Федерации.

Создание и функционирование проектного офиса по экспорту конгрессно-выставочных услуг требует формирования устойчивой финансовой модели, обеспечивающей как запуск, так и последующую эксплуатацию без рисков прерывания деятельности. При этом необходимо учитывать специфику конгрессно-выставочной отрасли как высоковариативной, многоотраслевой и значительной по доли участия субъектов малого и среднего предпринимательства. В этой связи наилучшим вариантом является модель смешанного финансирования, которая включает в себя бюджетные, грантовые и внебюджетные источники (рисунок 3.5.).

Таким образом, соотношение инвестиций для реализации проектного офиса должно быть следующим:

1. Федеральный и региональный бюджеты – 50%;
2. Грантовые и субсидированные программы – 30%;
3. Внебюджетные поступления – 20%.

Для осуществления деятельности по организации конгрессов и выставок необходимо привлекать профессиональных участников рынка конгрессно-выставочной деятельности в Российской Федерации. Их привлечение будет осуществляться согласно критериям, указанным ранее в таблице 3.3. При реализации каждого проекта доход будет распределяться между проектным офисом по экспорту конгрессно-выставочных услуг и организатором мероприятия.

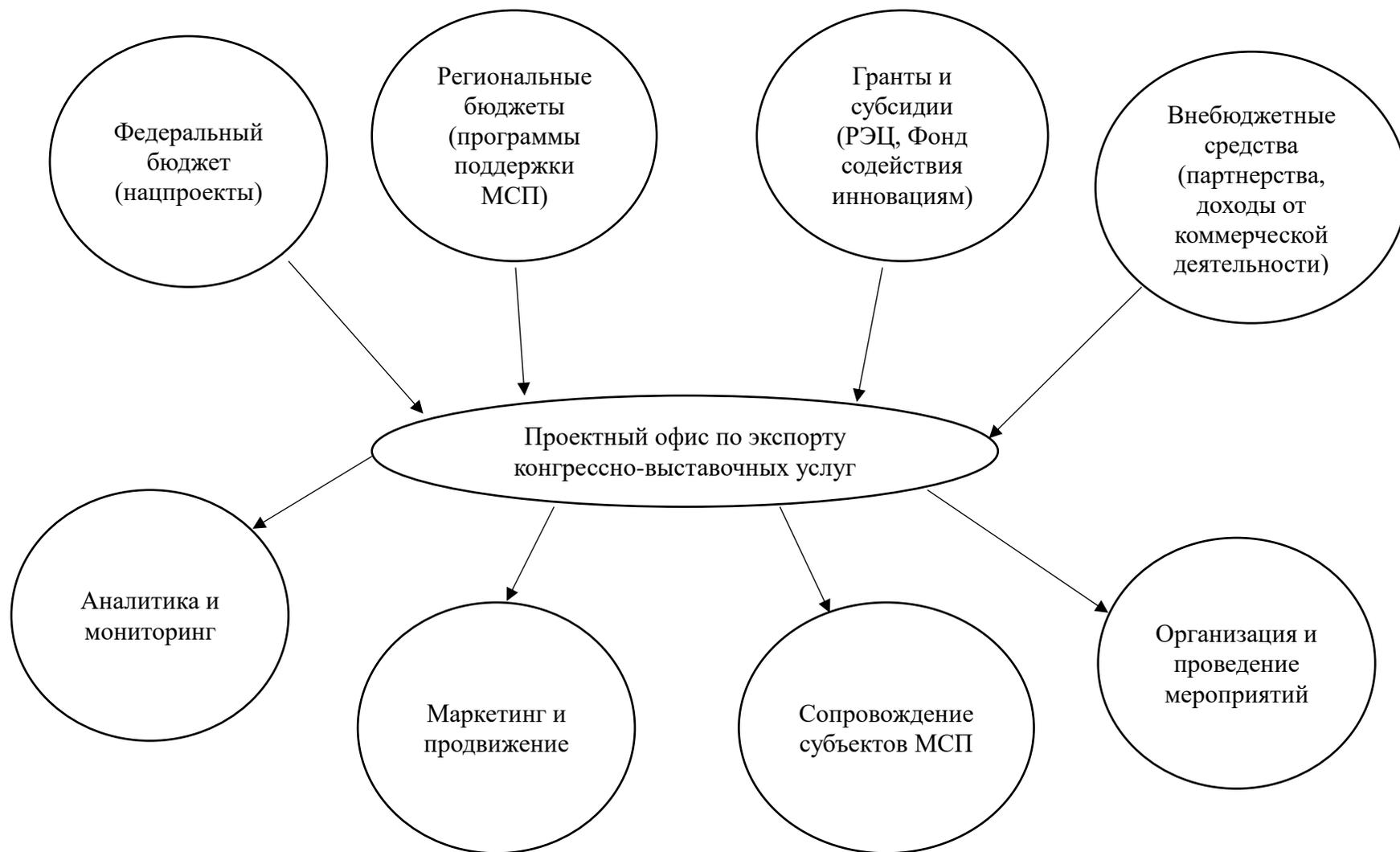


Рисунок 3.5. – Модель финансирования проектного офиса по экспорту конгрессно-выставочных услуг (составлено автором)

Для расчёта окупаемости проектного офиса по экспорту конгрессно-выставочных услуг необходимо учесть основные источники доходов, расходов и схему распределения прибыли между проектным офисом и организаторами мероприятий. Также требуется оценивать структуру предполагаемых договоров, длительность их жизненного цикла, в том числе сезонное колебание спроса на услуги проектного офиса. Не менее значимым является формирование национального бренда, расширение сети международных партнеров, повышение профессиональных компетенций сотрудников, способствующих увеличивать ключевые показатели за счёт мультипликативного эффекта.

Для комплексного понимания необходимо раскрыть организационно-экономический механизм как практический инструмент, который даёт возможность систематизировать инициативы в единую управляемую систему, которая позволит увеличить рост экспорта услуг, сформировать репутационный капитал Российской Федерации, а также привлечь бизнес в международную деятельность. Организационно-экономический механизм представлен на рисунке 3.6.

Представленный организационно-экономический механизм даёт возможность обеспечить экономическую эффективность, так как конгрессно-выставочные мероприятия требуют вовлечения значительных ресурсов от аренды площадок до логистики и международного продвижения. Механизм выстраивает многоуровневую систему финансирования (федеральное финансирование, региональное софинансирование, государственно-частное партнерство), что создаёт условия для развития экспорта конгрессно-выставочных услуг.

При помощи цифровой платформы и реестра конгрессно-выставочных мероприятий обеспечивается прозрачность и управляемость процессов, отслеживается КРІ (количество участников, число заключенных контрактов, соглашений, рост экспортных поставок и т.п.), что позволяет проводить анализ каждой выставки, форума или конференции.

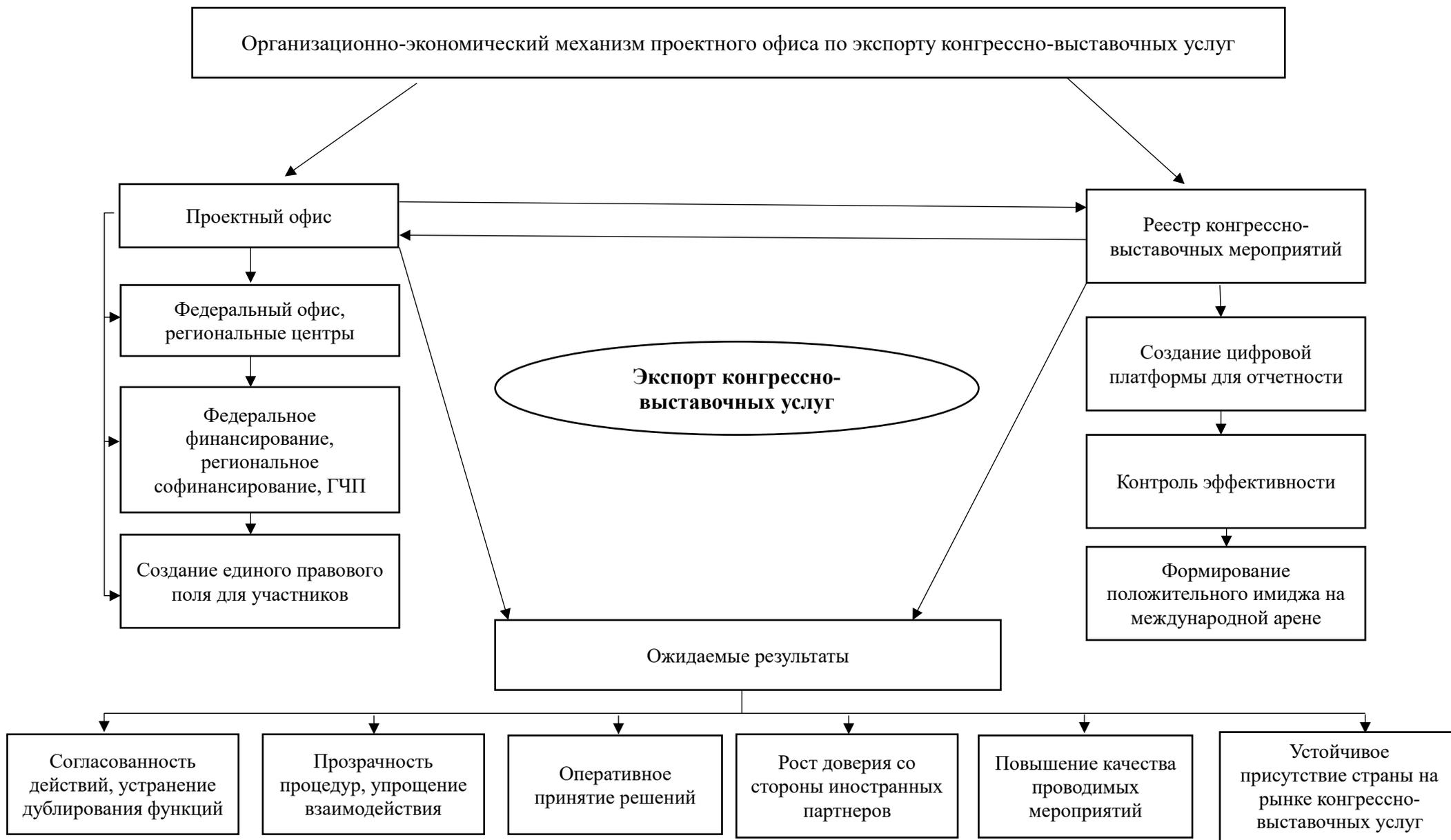


Рисунок 3.6 – Организационно-экономический механизм проектного офиса по экспорту конгрессно-выставочных услуг (составлено автором)

Помимо этого, механизмом предусматривается интеграция разных управлений – федерального, регионального и муниципального. Федеральный центр задаёт направления развития и создаёт стандарты, регионы формируют профессиональные компетенции, что превращает стратегию в единый работающий механизм.

Таким образом, представленный организационно-экономический механизм превращает разобщенные усилия в единый, упорядоченный, ресурсно обеспеченный и измеряемый процесс, который создаёт устойчивую платформу для выхода отечественных компаний в сфере конгрессно-выставочных услуг на международный рынок.

С целью эффективного осуществления деятельности, а также для вычисления прибыли нам необходимо произвести расчёт стоимости услуг проектного офиса на примере организации и проведении экономического форума в Sof Expo Samarkand, согласно таблице 3.5. Такой расчёт позволяет определить не только реальную себестоимость деятельности, но и обосновать ценовую политику, ориентированную на получение прибыли и повышение инвестиционной привлекательности отрасли.

Расчёт стоимости в представленном примере выступает инструментом комплексной оценки затрат, охватывающей как прямые расходы (аренда расходов, помещений, оплата труда), так и косвенные издержки (маркетинговые, управленческие, административные). Кроме того, в расчёт включаются элементы, отражающие специфику экспорта конгрессно-выставочных услуг, такие как взаимодействие с зарубежными партнерами, обеспечение перевода в рамках конгрессов, выставок или форумов, в том числе расчёт расходов на проведение маркетинговой кампании на международном уровне.

Формирование калькуляции стоимости услуг проектного офиса позволяет обосновать финансовую модель его деятельности, определить возможный уровень доходности, а также выработать подходы к стратегическому планированию деятельности в сфере экспорта услуг.

Таблица 3.5

**Смета на осуществление деятельности по
экспорту конгрессно-выставочных услуг**

№	Направление	Виды деятельности	Стоимость (в руб.)	Расчёт
1	Проведение конгрессно-выставочных мероприятий	Ведение переговоров с конгрессно-выставочной площадкой (без учёта стоимости аренды)	100 000	Зарплата специалиста — 40 000 руб., Организация переговоров — 30 000 руб., командировочные расходы — 10 000 руб., аналитика по представленной площадке — 20 000 руб.
		Услуги по техническому обслуживанию мероприятия	200 000	Аренда оборудования — 100 000 руб., услуги технического персонала — 100 000 руб.,
		Продажа билетов для участия в конгрессно-выставочном мероприятии	700 000	Разработка платформы — 250 000 руб., техническая поддержка — 100 000 руб., бухгалтерский учет — 200 000 руб., заработная плата специалиста — 50 000 руб., реклама — 100 000 руб.
		Разработка и реализация спонсорских пакетов (коммерческое предложение, которое проектный офис предоставляет потенциальным спонсорам мероприятий. Они включают в себя набор преимуществ и услуг, которые компания-спонсор получает за финансовую поддержку)	1 000 000	Дизайн и презентации проектов — 200 000 руб., организация переговоров — 150 000 руб., брендинг — 300 000 руб., подготовка коммерческого предложения — 350 000 руб.
		Привлечение услуг переводчика	200 000	Синхронный перевод — 120 000 руб., письменный перевод — 40 000 руб., аренда кабины для синхронного перевода — 40 000 руб.
2	Маркетинговые услуги	Продажа рекламных площадей (баннеров, стендов, буклетов)	300 000	Изготовление баннеров и буклетов — 150 000 руб., аренда стендов — 100 000 руб., размещение рекламы — 50 000 руб.

		Создание рекламного контента	250 000	Видеоролики — 100 000 руб., рекламные тексты — 50 000 руб., графические работы — 100 000 руб.
		Организация рекламных кампаний	400 000	Организация рекламной кампании в соцсетях — 150 000 руб., заказ контекстной рекламы — 100 000 руб., PR-компания с публичными личностями — 150 000 руб.
3	Консалтинговые услуги	Консультации по развитию экспортного потенциала	350 000	Анализ экспортных направлений — 150 000 руб., консультации эксперта проектного офиса — 200 000 руб.
		Разработка бизнес-стратегии при организации конгрессно-выставочного мероприятия	500 000	Разработка KPI — 200 000 руб., финансовая модель (прогноз, расчет и обоснование экономической эффективности проекта) — 200 000 руб., управленческая стратегия — 100 000 руб.
		Аудит для участников	300 000	Анализ бизнес-процессов — 200 000 руб., консалтинг по подготовке — 100 000 руб. (индивидуальное сопровождение компаний-участников конгрессно-выставочного мероприятия)
4	Логистика и техподдержка	Организация доставки оборудования	150 000	Транспортировка оборудования — 100 000 руб., упаковка и страховка — 30 000 руб., логистика — 20 000 руб.
		Монтаж и демонтаж стендов	200 000	Монтаж/демонтаж — 150 000 руб., аренда оборудования для монтажа и демонтажа — 50 000 руб.
		Транспортные услуги (трансфер для участников мероприятия)	100 000	Аренда автобусов — 70 000 руб., транспортная координация — 30 000 руб.
5	Образовательные услуги	Проведение тренингов и мастер-классов по организации конгрессно-выставочных мероприятий	400 000	Гонорары спикерам — 200 000 руб., аренда залов — 100 000 руб., информационное сопровождение — 100 000 руб.
		Разработка образовательных программ	300 000	Разработка модулей — 150 000 руб., методическое обеспечение — 100 000 руб., дизайн и верстка — 50 000 руб.
6	ИТ-услуги	Разработка и обслуживание мобильных приложений	600 000	Frontend/Backend разработка — 300 000 руб., UX/UI — 150 000 руб., тестирование и поддержка — 150 000 руб.
		Создание и ведение сайта конгрессно-выставочного мероприятия	200 000	Дизайн — 80 000 руб., разработка — 70 000 руб., хостинг и техподдержка — 50 000 руб.

		Интеграция CRM-систем для взаимодействия с клиентами	500 000	CRM-решение — 250 000 руб., внедрение и настройка — 150 000 руб., обучение — 100 000 руб.
		Обеспечение сетевой безопасности	300 000	Аудит ИБ — 100 000 руб., программное обеспечение — 100 000 руб., настройка безопасности — 100 000 руб.
Итого:				7 050 000

Источник: составлено автором.

Для расчёта окупаемости проектного офиса по экспорту конгрессно-выставочных услуг требуется разработать алгоритм. Сначала требуется рассчитать общий доход ($D_{\text{общие}}$), согласно формуле (3):

$$D_{\text{общие}} = \sum_{i=1}^n (D_{\text{участники},i} + D_{\text{спонсоры},i}) \quad (3)$$

Расчёт общих расходов ($R_{\text{общие}}$) рассчитывается по формуле (4):

$$R_{\text{общие}} = R_{\text{офис}} + R_{\text{организаторы}} \quad (4)$$

$R_{\text{офис}}$ – операционные расходы проектного офиса (зарботная плата, аренда, маркетинг и т.д.)

$R_{\text{организаторы}}$ - расходы организаторов на проведение мероприятий (аренда залов, логистика, обслуживание)

После расчёта общих расходов нам потребуется рассчитать распределение прибыли между проектным офисом по экспорту конгрессно-выставочных услуг и организаторами мероприятий ($P_{\text{офис}}$, $P_{\text{организаторы}}$), согласно формуле (5,6):

$$P_{\text{офис}} = (D_{\text{общие}} - R_{\text{общие}}) * k_{\text{офис}} \quad (5)$$

$$P_{\text{организаторы}} = (D_{\text{общие}} - R_{\text{общие}}) * (1 - k_{\text{офис}}) \quad (6)$$

Затем требуется определить время окупаемости (T) (7):

$$T = \frac{C_{\text{офис}}}{P_{\text{офис}}} \quad (7)$$

Для обоснования целесообразности создания проектного офиса по экспорту конгрессно-выставочных услуг необходимо провести расчёт основных экономических показателей.

Предположим, что общий доход ($D_{\text{общие}} = 10\,000\,000$ руб./год, а общие расходы ($R_{\text{общие}} = 7\,000\,000$ руб./год, доля проектного офиса ($k_{\text{офис}} = 0.4$, инвестиции проектного офиса ($\text{Инвестиции}_{\text{офис}} = 3\,000\,000$ руб., операционные расходы ($R_{\text{офис}} = 1\,000\,000$ руб./год. Тогда чистая прибыль составит:

$$D_{\text{общие}} - R_{\text{общие}} = 10\,000\,000 - 7\,000\,000 = 3\,000\,000 \text{ руб.}$$

Прибыль проектного офиса:

$$P_{\text{офис}} = 3\,000\,000 * 0,4 = 1\,200\,000 \text{ руб./год}$$

Среднемесячная прибыль:

$$P_{\text{офис, мес}} = \frac{1\,200\,000}{12} = 100\,000 \text{ руб./мес}$$

Общие затраты проектным офисом составляют:

$$C_{\text{офис}} = 3\,000\,000 + 1\,000\,000 = 4\,000\,000 \text{ руб.}$$

Таким образом, при доходе 10 000 000 руб./год и доли проектного офиса в 40% срок окупаемости составит 40 месяцев:

$$T = \frac{4\,000\,000}{100\,000} = 40 \text{ мес. } (\approx 3.3 \text{ года})$$

Представленный выше алгоритм позволит распределить прибыль между проектным офисом по экспорту конгрессно-выставочных услуг и организаторами конгрессно-выставочных мероприятий, а также может быть скорректирован исходя из сезонности, изменения доходов или расходов при организации внешнеэкономической деятельности. Основные параметры оценки эффективности проекта представлены в таблице 3.6.

Таблица 3.6

Основные параметры оценки эффективности проектного офиса

Показатель	Значение
Общий доход (годовой)	10 000 000 руб.
Общие расходы	7 000 000 руб.
Инвестиции (CAPEX и OPEX)	4 000 000 руб.
Доля проектного офиса в прибыли	40%
Чистая прибыль офиса	1 200 000 руб.
Среднемесячная прибыль	100 000 руб.

Источник: составлено автором.

Помимо этого, с целью анализа деятельности и принятия необходимых управленческих решений требуется вести расчёт рентабельности инвестиций (ROI). Этот показатель выступает одним из ключевых инструментов оценки эффективности конгрессно-выставочной деятельности, так как позволяет соотнести достигнутые результаты с понесёнными затратами и тем самым определить целесообразность реализованных проектов (Таблица 3.7).

Таблица 3.7

**Цели расчёта рентабельности инвестиций
в проектный офис по экспорту конгрессно-выставочных услуг**

Цель расчёта ROI	Описание	Пример применения	Результат
Оценка эффективности вложений	Анализирует соотношение затрат и прибыли.	Сравнение прибыли от участия в конгрессно-выставочном мероприятии с расходами на её проведение.	Понимание, насколько прибыльна данная деятельность.
Принятие обоснованных решений	Помогает выбирать наиболее выгодные проекты.	Решение о повторном участии в конгрессно-выставочном мероприятии на основе прошлой эффективности.	Уменьшение риска инвестирования в неэффективные направления.
Планирование ресурсов	Обеспечивает рациональное распределение бюджетов.	Увеличение финансирования для наиболее рентабельных мероприятий.	Снижение издержек и максимизация выгоды.
Привлечение инвесторов	Демонстрирует выгоду для внешних партнёров.	Презентация данных о рентабельности проекта потенциальным инвесторам.	Укрепление доверия и привлечение дополнительных средств.
Мониторинг и контроль	Отслеживает изменения эффективности проектов.	Сравнение ROI за разные периоды по одной услуге.	Возможность оперативного реагирования на снижение эффективности.
Улучшение стратегии экспорта	Определяет наиболее прибыльные направления деятельности.	Анализ рынков и услуг с высоким ROI.	Сфокусированность на наиболее перспективных рынках и продуктах.
Обоснование затрат	Показывает целесообразность финансовых вложений.	Отчёт для руководства о результатах участия в конгрессно-выставочных мероприятиях.	Повышение прозрачности и обоснованности расходования средств.

Источник: составлено автором.

Для проектного офиса по экспорту конгрессно-выставочных услуг расчёт рентабельности инвестиций (ROI), можно рассчитать по формуле (8):

$$ROI = \frac{P_{\text{офис}} - C_{\text{офис}}}{C_{\text{офис}}} * 100\% \quad (8)$$

$P_{\text{офис}}$ – чистая прибыль проектного офиса по экспорту конгрессно-выставочных услуг за определенный период.

$C_{\text{офис}}$ – затраты на проектный офис по экспорту конгрессно-выставочных услуг

С целью оценки эффективности деятельности проектного офиса важно анализировать динамику экспорта услуг ($G_{\text{экспорт}}$) согласно формуле (9). Это необходимо поскольку офис работает с международными партнерами и клиентами:

$$G_{\text{экспорт}} = \frac{V_{\text{текущий экспорт}} - V_{\text{экспорт прошлого года}}}{V_{\text{экспорт прошлого года}}} \times 100\% \quad (9)$$

Предположим, что доход от экспорта конгрессно-выставочных услуг в 2024 году составил 10 000 000 руб., а в 2023 году составил 9 000 000 руб., тогда при расчёте динамики

$$G_{\text{экспорт}} = \frac{10\,000\,000 - 9\,000\,000}{9\,000\,000} \times 100\% = \frac{1\,000\,000}{9\,000\,000} * 100\% \approx 11.1\%$$

Таким образом рост объёмов экспорта конгрессно-выставочных услуг за год составит 11.1%.

Для оценки устойчивости проектного офиса по экспорту конгрессно-выставочных услуг к изменениям внешних и внутренних факторов требуется провести сценарный анализ окупаемости (таблица 3.8.)

Таблица 3.8

**Сценарный анализ окупаемости
проектного офиса по экспорту конгрессно-выставочных услуг**

Сценарий	Годовой доход	Прибыль офиса	Срок окупаемости
Оптимистичный	12 000 000 руб.	1 800 000	2.2 года
Реалистичный	10 000 000 руб.	1 200 000	3.3 года
Пессимистичный	8 000 000 руб.	800 000	5 лет

Источник: составлено автором.

Результаты анализа показывают, что проектный офис по экспорту конгрессно-выставочных услуг обладает устойчивыми экономическими перспективами. При реалистичных параметрах срок окупаемости составляет

3.3 года, что делает проект привлекательным как для государственных, так и для частных инвесторов. Сценарный план позволяет заранее учитывать возможные риски и адаптировать модель под изменение внешнеэкономических условий. Представленные расчёты подтверждают потенциал проектного офиса как ключевого инструмента развития экспорта конгрессно-выставочных услуг.

Заключение

В настоящее время можно отметить тенденцию к росту количества проводимых конгрессно-выставочных мероприятий, что говорит об актуальности изучения проблематики совершенствования конгрессно-выставочной отрасли. Также важным фактором является привлечение внимания государства к развитию индустрии, что подчёркивает важность регулирования деятельности и проведения конгрессов, выставок и форумов в соответствии с требованиями законодательства.

С этим учётом нами были рассмотрены текущие понятия экспорта услуг и уточнено определение экспорта конгрессно-выставочных услуг, что необходимо для теоретического обоснования предметной области исследования и уточнения специфики конгрессно-выставочной деятельности как формы экспортируемых услуг. В том числе, определение дефиниции даёт возможность формировать отраслевые стратегии и интегрироваться в программы поддержки в рамках экспорта конгрессно-выставочных услуг.

Системное использование термина «экспорт конгрессно-выставочных услуг» даёт возможность зафиксировать качественное отличие конгрессно-выставочной деятельности, ориентированной на международную аудиторию от внутреннего рынка конгрессно-выставочной индустрии и тем самым выводит отрасль в категорию активных участников внешнеэкономической деятельности.

Уточнение термина не только повышает теоретическую точность и аналитическую полноту, но и имеет прикладное значение, так как позволяет выстраивать новые направления государственной политики в сфере экспорта услуг.

В рамках исследования были разработаны критерии классификации конгрессно-выставочных услуг с точки зрения экспорта, что отражает институциональные и организационные особенности, представленные критерии способствует более точной оценке экспортного потенциала отрасли,

а также эффективному распределению мер государственной поддержки. Стоит отметить, что формирование критериев классификации представляет собой не просто инструмент систематизации, но и фундаментальную основу для научного анализа, государственного регулирования и практического управления конгрессно-выставочной отраслью в международном контексте.

С научной точки зрения, критерии классификации позволяют уточнить сам предмет исследования, определить границу и специфику экспорта конгрессно-выставочной деятельности. Введение представленных критериев классификации позволяет раскрыть предложенный ранее термин экспорта конгрессно-выставочных услуг и перейти к конкретным аналитическим категориям.

Кроме того, критерии классификации играют важную роль в управленческом и прикладном аспекте. Благодаря представленной классификации становится возможным формировать обоснованные стратегии экспортного развития как на федеральном, так и на региональном уровнях.

Важным прикладным элементом диссертационной работы является реестр конгрессно-выставочных мероприятий, который основан на ключевых факторах для развития экспортного потенциала: тематике, стоимости заключенных соглашений, принятые решения по итогам проведенных конгрессов, выставок или форумов, а также динамике количества участников мероприятий. С учётом растущей значимости конгрессов, выставок и форумов для привлечения иностранных участников, формирования положительного имиджа регионов и государства в целом, необходимость создания структурированного реестра становится очевидным.

Отсутствие единой платформы существенно затрудняет оценку состояния отрасли, не позволяет эффективно принимать управленческие решения, влияющие на развитие конгрессно-выставочной отрасли. Реестр может являться инструментом согласования интересов участников отрасли, региональных и федеральных органов власти, а также международных

партнеров, способствуя выстраиванию целенаправленной экспортной политики в сфере конгрессно-выставочных услуг.

Для эффективной организации и осуществления устойчивой модели управления экспортом в сфере конгрессно-выставочной деятельности разработана концепция проектного офиса по экспорту конгрессно-выставочных услуг. Он выступает ключевым звеном между бизнесом, государством и зарубежными партнерами, консолидируя ресурсы конгрессно-выставочной отрасли и предлагая экспортно-ориентированные решения.

Одним из ключевых критериев включения участников в проектный офис по экспорту конгрессно-выставочных услуг является опыт организации конгрессно-выставочных мероприятий на международной арене, что объясняется необходимостью в знании специфики международных рынков, культурных, экономических и правовых особенностях государств. Также ключевыми критериями являются объём экспортируемых конгрессно-выставочных услуг за 3 года, география экспорта конгрессно-выставочной деятельности, квалификация сотрудников, финансовая устойчивость, репутация на рынке, участие в государственных программах, соответствие стратегическим целям, экологическая и социальная ответственность.

Предложенная в рамках исследований шкала включения в проектный офис создаёт условия для формирования компетентного ядра проектного офиса по экспорту конгрессно-выставочных услуг, что положительно влияет на ключевые показатели по внешнеэкономической деятельности государства, а также способствует развитию взаимоотношений Российской Федерации с иностранными партнерами.

На основе полученных результатов разработан организационно-экономический механизм функционирования проектного офиса в сфере экспорта конгрессно-выставочных услуг, включающие механизм взаимодействия с международными ассоциациями, импортерами услуг по организации и проведению конгрессов, выставок и форумов за рубежом, а также экспортно-ориентированными субъектами малого и среднего бизнеса.

Представленная структура обеспечивает полноту охвата всех стадий экспортного цикла – от идентификации потенциала и подготовки предложений до организации и проведения конгрессов, выставок и форумов, и анализа их эффективности для развития региона, и государства. Организационно-экономический механизм позволяет обеспечить комплексное сопровождение экспортных процессов, а также повысить конкурентоспособность отечественной индустрии конгрессов и выставок.

В качестве ключевого компонента организационно-экономического механизма определена модель управления, механизмы финансирования, инструменты оценки результативности. Уникальность предложенного подхода заключается в его направленности на экспортную составляющую конгрессно-выставочных услуг. Механизм предлагает не только сопровождение конгрессно-выставочных мероприятий, но и подготовку кадров в сфере конгрессно-выставочной деятельности

Итогом диссертационного исследования является комплексный научный анализ проблем и перспектив экспорта конгрессно-выставочных услуг как одной из важных частей внешнеэкономической деятельности Российской Федерации на международных рынках. В рамках исследования решены задачи, связанные с теоретическим осмыслением и практическим обоснованием организационно-экономических условий формирования и реализации экспортного потенциала рынка конгрессно-выставочной деятельности.

Внедрение предложенного механизма открывает новые возможности для продвижения отечественных участников рынка конгрессно-выставочных услуг, укреплению позиции Российской Федерации как ключевого участника рынка на международной арене и увеличению доли экспорта в структуре экономики сферы конгрессно-выставочных услуг.

Практическая значимость диссертационного исследования состоит в возможности использования критериев классификации экспорта конгрессно-выставочных услуг, реестра конгрессно-выставочных мероприятий и

проектного офиса органами исполнительной власти, торгово-промышленными палатами, а также отраслевыми ассоциациями.

Таким образом исследование вносит вклад в развитие теоретико-методологического и прикладного обоснования организационно-экономических условий и инструментов развития экспорта конгрессно-выставочных услуг Российской Федерации как ключевого направления роста внешнеэкономической деятельности.

Диссертационное исследование позволило достигнуть поставленную цель, при этом решенные научные задачи обеспечивают основу для практического использования разработанных положений в процессе развития экспорта конгрессно-выставочных услуг.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Федеральный закон от 8 декабря 2003 г. № 164-ФЗ «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» (последняя редакция) [Электронный ресурс] // Официальный интернет-портал правовой информации. – Режим доступа: <http://publication.pravo.gov.ru> – (Дата обращения: 22.01.2025)

2. Постановление Правительства Российской Федерации от 5 февраля 2016 г. № 71 «Об утверждении Правил осуществления акционерным обществом "Российский экспортный центр" деятельности по поддержке экспорта и импорта, а также взаимодействия с федеральными органами исполнительной власти, органами валютного контроля, уполномоченными Правительством Российской Федерации, и Государственной корпорацией по атомной энергии "Росатом" (с изменениями и дополнениями)» [Электронный ресурс] // Официальный интернет-портал правовой информации. – Режим доступа: <http://publication.pravo.gov.ru/> – (Дата обращения: 30.01.2025 г.).

3. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 14 августа 2019 г. № 1797-р «Стратегия развития экспорта услуг до 2025 года» [Электронный ресурс] // Официальный интернет-портал правовой информации. – Режим доступа: <http://publication.pravo.gov.ru/> (Дата обращения: 30.01.2025 г.)

4. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 13 сентября 2023 г. № 2461-р «Стратегия развития конгрессно-выставочной отрасли в Российской Федерации на период до 2030 года» [Электронный ресурс] // Официальный интернет-портал правовой информации. – Режим доступа: <http://publication.pravo.gov.ru/>, свободный. – (Дата обращения: 22.01.2025).

5. Распоряжение Правительства Мурманской области от 15 апреля 2021 г. № 72-РП «Об утверждении стратегии развития туристско-рекреационного кластера Мурманской области на 2021–2025 годы» [Электронный ресурс] // Официальный сайт туристско-рекреационного кластера Мурманской области.

– Режим доступа: <https://murmancluster.ru/upload/photo/стратегия%20развития%20ТРК%202021-2025.pdf> (дата обращения: 30.01.2025).

6. ГОСТ Конгрессная деятельность. Термины и определения (Переиздание)" от 15.12.2009 (Переиздание май 2020 г.) № Р 53524-2009 // Официальный интернет-портал правовой информации. – 2011

7. Автономная некоммерческая организация по подготовке и реализации мероприятий по развитию межнационального и международного сотрудничества Конгресс-бюро Республики Башкортостан «Офис-группа» // Министерство внешнеэкономических связей и конгрессной деятельности республики Башкортостан URL: <https://foreign.bashkortostan.ru/about/suborg/2239/> (дата обращения: 22.01.2025).

8. Ассоциация организаторов выставок Азербайджана // Azerbaijan Exhibition Organasiers Association URL: <https://asta.az/ru/main> (дата обращения: 22.01.2025).

9. Аудит выставок // Azerbaijan Exhibition Organasiers Association URL: <https://asta.az/ru/exhibitions-audit> (дата обращения: 22.01.2025).

10. Боголюбов В. С., Боголюбова С. А., Карпова Е. Г. Мегаполис как центр развития конгрессно-выставочной деятельности и дестинации делового туризма // Актуальные проблемы развития индустрии гостеприимства. – 2021. – С. 93-99.

11. Бриллианты, шампанское и гречка: успехи России на всемирных выставках // Культура.рф URL: <https://www.culture.ru/materials/255878/brilliant-y-shampanskoe-i-grechka-uspekhi-rossii-na-vsemirnykh-vystavkakh> (дата обращения: 22.01.2025).

12. Быковская Е. Н., Рыбина М. Н. Экспорт образовательных услуг: конкуренция в новых геополитических условиях // Вестник университета. – 2023. – №. 1. – С. 68-75.

13. Василова М.А., Кузнецова Е.В., развитие конгрессно-выставочной деятельности в республике Башкортостан // Экономика и бизнес: теория и практика. 2024. №12-2 (118). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie->

kongressno-vystavochnoy-deyatelnosti-v-respublike-bashkortostan (дата обращения: 26.01.2025).

14. ВДНХ в цифрах // ВДНХ URL: <https://vdnh.ru/visitors/about/> (дата обращения: 22.01.2025).

15. Впервые в истории сессия Генеральной Ассамблеи UNWTO пройдет в Узбекистане // O'zbekiston Respublikasi jamg'armasi Davlat Tibbiy sug'urtasi. URL: https://dtsj.uz/ru/gen_unwto/ (дата обращения: 22.01.2025).

16. В Санкт-Петербурге прошел Первый Съезд региональных конгресс-бюро России // Lenta URL: <https://lenta.ru/pressrelease/2023/01/24/kngbr/> (дата обращения: 22.01.2025).

17. Всемирная выставка впервые проходит на Ближнем Востоке, а ее тема – «Соединяя умы, создаем будущее» // Ростех. URL: <https://rostec.ru/media/news/v-dubae-otkrylsya-pavilon-rossii-na-ekspo-2020-/#start> (дата обращения: 22.01.2025).

18. Въездной туризм Узбекистана почти вернулся к показателям периода до пандемии // ranking. URL: <https://ranking.kz/reviews/industries/vezdnoy-turizm-uzbekistana-pochti-vernulsya-k-pokazatelyam-perioda-do-pandemii.html> (дата обращения: 22.01.2025).

19. Выставки Ташкентские. Как все начиналось... // ANHOR. URL: <https://anhor.uz/history/vistavki-tashkentskie-kak-vse-nachinalosy/> (дата обращения: 22.01.2025).

20. Выставочная деятельность // Экспоцентр URL: <https://www.expocentr.ru/ru/articles-of-exhibitions/vystavochnaya-deyatelnost/> (дата обращения: 22.01.2025).

21. Выставочное объединение «РЕСТЭК» // Рестэк. URL: <https://restec.ru/> (дата обращения: 22.01.2025).

22. Выставочно-ярмарочная и конгрессная деятельность в Содружестве Независимых Государств (информационная записка) // Интернет-портал СНГ. Пространство интеграции. URL: <https://e-cis.info/cooperation/2876/78131/> (дата обращения: 22.01.2025).

23. Глинский В.А., Елисеева А.В. Анализ рисков при экспорте услуг в сфере «креативных индустрий» // Актуальные проблемы защиты и безопасности: Труды XXIII Всероссийской научно-практической конференции Российской академии ракетных и артиллерийских наук (РАРАН). - Санкт-Петербург: е ФГБУ «Российской академии ракетных и артиллерийских наук», 2020. - С. 395-403.

24. Годовой отчёт о деятельности национального конгресс-бюро // Национальное конгресс-бюро URL: <https://roscongress.org/blog/vedushchie-kongressno-vystavochnye-ploshchadki-rossii/> (дата обращения: 22.01.2025).

25. Господдержка. Выставки и бизнес-миссии РЭЦ // Российский экспортный центр URL: <https://www.exportcenter.ru/services/prodvizhenie-na-vneshnie-rynki/exhibitions-business-missions/gospodderzhka-vystavki-i-biznes-missii-rets/> (дата обращения: 22.01.2025).

26. Деловая столица Золотого кольца // Ярославское конвеншн бюро URL: <https://mice-yaroslavl.ru/> (дата обращения: 22.01.2025).

27. Деловой туризм в России вырос на четверть // Главпортал URL: <https://glavportal.com/news/delovoj-turizm-v-rossii-vyros-na-chetvert> (дата обращения: 22.01.2025).

28. Дмитрий Вольвач: нужно развивать механизмы поддержки экспорта, способствующие выполнению майского указа Президента // Министерство экономического развития Российской Федерации URL: https://www.economy.gov.ru/material/news/dmitriy_volvach_nuzhno_razvivat_mehanizmy_podderzhki_eksporta_sposobstvuyushchie_vypolneniyu_mayskogo_ukaza_prezidenta.html (дата обращения: 22.01.2025).

29. Добро пожаловать в Свердловскую область! // MEETINURAL Конгрессный портал Свердловской области URL: <https://meetinural.ru/> (дата обращения: 22.01.2025).

30. Задачи проекта КВБ Сочи // Конгресс визит бюро Сочи URL: <https://www.cvb.ru/cvb-sochi> (дата обращения: 22.01.2025).

31. Закон «О выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в РФ»
// Международная ассоциация презентационной продукции URL:
<https://iapp.ru/%D0%B7%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%BD-%D0%BE-%D0%B2%D1%8B%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%B2%D0%BE%D1%87%D0%BD%D0%BE-%D1%8F%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BE%D1%87%D0%BD%D0%BE%D0%B9-%D0%B8-%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%B3/> (дата обращения: 22.01.2025).

32. Из истории выставочной деятельности Узбекистана // Письма о Ташкенте URL: <https://web.archive.org/web/20210128062354/https://mytashkent.uz/2011/03/21/iz-istorii-vystavochnoj-deyatelnosti-uzbekistana/> (дата обращения: 22.01.2025).

33. Измайлов М. К. Социальный маркетинг в сфере высшего образования: конгрессно-выставочная деятельность //Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований. – 2024. – №. 3. – С. 132-138.

34. Импорт, Экспорт По России, Таможенному Союзу и в СНГ // Россия Логистик URL: <https://russiya-logistik.ru/> (дата обращения: 22.01.2025).

35. Информация для участников // Экспоцентр URL: <https://www.exprocentr.ru/ru/exhibitors/info/> (дата обращения: 22.01.2025).

36. Информация об итогах деятельности Межпарламентской Ассамблеи государств — участников СНГ в 2023 году // Межпарламентская ассамблея государств-участников содружества независимых государств URL: https://iacis.ru/baza_dokumentov/itogi_deyatelnosti_mpa_sng (дата обращения: 22.01.2025).

37. История развития выставок и ярмарок в России // История выставок URL: <https://istoriya-vystavok.narod.ru/index/0-33> (дата обращения: 22.01.2025).

38. Итоги работы ПМЭФ-2023 // Петербургский международный экономический форум URL: <https://forumspb.com/news/news/itogi-raboty-pmef-2023/> (дата обращения: 22.01.2025).

39. Итоги работы ПМЭФ-2024 // Петербургский международный экономический форум URL: <https://forumspb.com/news/news/itogi-raboty-pmef-2024/> (дата обращения: 22.01.2025).

40. Календарь мероприятий // Конгрессно-выставочное бюро URL: <https://spbcbr.ru/events/> (дата обращения: 22.01.2025).

41. Карпов Д. А., Левенцов В. А. Конгрессно-выставочная деятельность как механизм духовно-нравственного воспитания в модели Университета 4.0 // Инженерное образование как ответ на вызовы общества-Формирование престижа профессии инженера у современных школьников. Сборник статей IX Всероссийской очно-заочной научно-практической конференции с международным участием в рамках Петербургского международного образовательного форума. – 2021. – С. 23.

42. Карпова Г.А., Хорева Л.В. Конгрессно-выставочная деятельность: подготовка кадров и профессиональные стандарты // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. 2014. №3 (21). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kongressno-vystavochnaya-deyatelnost-podgotovka-kadrov-i-professionalnye-standarty> (дата обращения: 07.11.2023).

43. Карпова Г. А., Шубаева В. Г. Глава 1. Теоретические аспекты экспорта услуг как социально-экономической категории // Экспорт услуг. – 2020. – С. 6-13.

44. Карпова Г. А., Волошинова М. В., Хорева Л. В. Новые подходы к продвижению услуг российского туристского образования на зарубежные рынки в рамках реализации национального проекта «Образование» // Профессорский журнал. Серия: Рекреация и туризм. – 2020. – №. 4 (8). – С. 22-33.

45. Карпова Г. А., Лаврова Т. А., Лавров В. В. Проблемы и перспективы развития конгрессно-выставочной деятельности в Российской Федерации // Журнал правовых и экономических исследований. – 2017. – №. 4. – С. 234-243.

46. Карпова Е. Г., Хорева Л. В. Влияние распространения COVID-19 на современное состояние конгрессно-выставочной индустрии и делового

туризма. Перспективы выхода из кризиса // Экономика XXI века-экономика новых возможностей. Актуальные вопросы теории и практики экономики и управления. – 2021. – С. 30-40.

47. Карпова Г.А., Кострюкова О.Н., Хорева Л.В., Максимовская О.А., Шарафанова Е.Е. Цифровая трансформация сферы услуг в странах-участниках СНГ // Техничко-технологические проблемы сервиса. – 2023. – № 2 (64). – С. 92–96. – УДК 658.64.

48. Компетенции фонда // Росконгресс URL: <https://roscongress.org/> (дата обращения: 22.01.2025).

49. Конгрессно-выставочная деятельность // Экспоцентр URL: <https://www.expoctr.ru/ru/articles-of-exhibitions/kongressno-vystavochnaya-deyatelnost/> (дата обращения: 22.01.2025).

50. Конягина М.Н., Д. О. Громова, А. А. Полякова Поддержка конгрессно-выставочной деятельности региона: опыт Санкт-Петербурга // ЕГИ. 2020. №4 (30). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/podderzhka-kongressno-vystavochnoy-deyatelnosti-regiona-opyt-sankt-peterburga> (дата обращения: 26.01.2025).

51. Конюшенко Д.С. Механизм экспорта конгрессно-выставочных услуг в страны СНГ // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. - г. Астрахань: Астраханский государственный технический университет, 2024. - С. 98-104.

52. Кострюкова О. Н., Хорева Л. В. Цифровая трансформация сервисной экономики: вызовы системе подготовки кадров // Наука и образование в условиях цифровой трансформации экономики и обществ. – 2021. – С. 88-95.

53. Культурная программа деловых мероприятий: украшение, просвещение и знакомство с культурой // Росконгресс URL: <https://roscongress.org/news/kulturnaja-programma-delovyh-meroprijatij-ukrashenie-prosveschenie-i-znakomstvo-s-kulturoj/> (дата обращения: 22.01.2025).

54. Любимов И. Л. Экспорт услуг в развивающихся экономиках // Экономическая политика. – 2021. – Т. 16. – №. 5. – С. 76-95.

55. Межгосударственный совет по выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности Содружества Независимых Государств // Исполнительный комитет содружества независимых государств URL: <https://cis.minsk.by/page/2518/mezgosudarstvennyj-sovet-po-vystavocno-armarocnoj-i-kongressnoj-deatelnosti-sodruzestva-nezavisimyh-gosudarstv> (дата обращения: 22.01.2025).

56. Международная выставка. «ИННОПРОМ. Центральная Азия – 2022» // ТВЕМА URL: <https://tvema.ru/748> (дата обращения: 22.01.2025).

57. Международные выставки «UzAgroExpo - 2023», «UzprodExpo - 2023» и «InterPackExpo - 2023» // Uz Expo Centre URL: <https://www.uzexpocentre.uz/ru/news/uzagroexpo-2023-uzprodexpo-2023-va-interpackexpo-2023-halqaro-korgazmalari> (дата обращения: 22.01.2025).

58. Международный муниципальный форум стран БРИКС завершил свою работу в Москве // BRICS URL: <https://brics-russia2024.ru/news/mezhdunarodnyu-munitsipalnyu-forum-stran-briks-zavershil-svoyu-rabotu-v-moskve/> (дата обращения: 22.01.2025).

59. МПВ «ИННОПРОМ. Центральная Азия». 25–27 апреля 2022 // ННЦК URL: <https://nnck.gov.ru/events/mpv-innoprom-tsentralnaya-aziya-25-27-aprelya-2022/> (дата обращения: 22.01.2025).

60. На площадке Музея военно-морской славы и конгрессно-выставочного центра в кластере «Остров фортов» стартовал Международный военно-морской салон // Кронштадт.рф URL: https://кронштадт.рф/press/news/mvms2023_otkritie/ (дата обращения: 22.01.2025).

61. «Наша задача в том, чтобы предлагать уникальный продукт»: Итоги Travel Hub. Путешествуй! - 2024 // Росконгресс URL: <https://roscongress.org/news/nasha-zadacha-v-tom-chtoby-predlagat-unikalnyj-produkt-itogi-travel-hub-puteshestvuj-2024/> (дата обращения: 22.01.2025).

62. Новая выставочная площадка CAEx вступила в консорциум MICE индустрии // Газета.uz URL: <https://www.gazeta.uz/ru/2023/07/07/caex/> (дата обращения: 22.01.2025).

63. Объем экспорта России по странам и категориям // Биржевой портал №1 URL: <https://take-profit.org/statistics/exports/russia/> (дата обращения: 22.01.2025).

64. О бюро // Черноморское конвеншн бюро URL: <https://cb-bs.org/o-byuro/> (дата обращения: 22.01.2025).

65. Общая характеристика выставочной деятельности // Экспоцентр URL: <https://www.expocentr.ru/ru/articles-of-exhibitions/obshhaya-harakteristika-vystavochnoj-deyatelnosti/> (дата обращения: 22.01.2025).

66. О выставке // Junwex - Петербург URL: <https://junwex-spb.ru/o-vyistavke/> (дата обращения: 22.01.2025).

67. О деловом квартале // Сириус парк, деловой квартал URL: <https://sirius-park.com/o-nas/> (дата обращения: 22.01.2025).

68. Общероссийский классификатор видов экономической деятельности (утв. Приказом Росстандарта от 31.01.2014 № 14-ст) (ред. от 20.11.2024) [Электронный ресурс] // Официальный интернет-портал правовой информации. – Режим доступа: <http://publication.pravo.gov.ru/>, свободный. – (Дата обращения: 30 января 2025 г.).

69. О ключевой ставке Банка России и других мерах Банка России // Банк России URL: http://www.cbr.ru/press/pr/?file=16122014_004533dkp2014-12-16T00_39_23.htm (дата обращения: 22.01.2025).

70. О компании // Выставочный научно-исследовательский центр (ВНИЦ) R&C URL: <https://rnc-consult.ru/#about> (дата обращения: 22.01.2025).

71. О комплексе // Екатеринбург Экспо международный выставочный центр URL: <https://www.ekaterinburgexpo.ru/> (дата обращения: 22.01.2025).

72. О комплексе // Expoforum URL: <https://expoforum-center.ru/about-complex/> (дата обращения: 22.01.2025).

73. О нас // Kazan Expo URL: <https://kazanexpo.ru/about/history/> (дата обращения: 22.01.2025).

74. О нас // MVK – Международная Выставочная Компания URL: <https://mvk.ru/ru-RU/about.aspx> (дата обращения: 22.01.2025).

75. О нас // Конгрессно-выставочное бюро URL: <https://spbcb.ru/about/> (дата обращения: 22.01.2025).

76. Опережающие индикаторы по видам экономической деятельности // Федеральная служба государственной статистики URL: https://rosstat.gov.ru/leading_indicators (дата обращения: 22.01.2025).

77. О подведении итогов научной конференции аспирантов СПбГЭУ-2023 // Санкт-Петербургский государственный экономический университет URL: <https://unecon.ru/wp-content/uploads/2023/09/2023-06-06-332-1.pdf> (дата обращения: 22.01.2025).

78. О подведении итогов научной конференции аспирантов СПбГЭУ-2024 // Санкт-Петербургский государственный экономический университет URL: <https://unecon.ru/wp-content/uploads/2024/06/prikaz-20242024-06-04-442-1.pdf> (дата обращения: 22.01.2025).

79. О проекте // Eventum Premo URL: <https://eventum-premo.ru/projects/conference-tanzania> (дата обращения: 22.01.2025).

80. Организаторы выставок, конференций в России // Urapexpro URL: <https://service.unipack.ru/russia-662-organizatori-vistavok-konferentsiy> (дата обращения: 22.01.2025).

81. Организация мероприятий // Авиа Центр URL: <https://aviacenter.ru/corporate/mice/> (дата обращения: 22.01.2025).

82. Организация Объединенных Наций Классификация основных продуктов. - 77 изд. - New-York: Организация Объединенных Наций, 2005. - 756 с.

83. О РСВЯ // Российский союз выставок и ярмарок URL: <https://ruef.ru/> (дата обращения: 22.01.2025).

84. Основные показатели развития туризма и отдыха в Республике Узбекистан за 2023 год // Агентство статистики при президенте Республики Узбекистан URL: <https://www.gazeta.uz/ru/2023/07/07/caex/> (дата обращения: 22.01.2025).

85. От Владивостока до Петербурга: где построят новые конгресс-центры в России // Российская Гильдия управляющих и девелоперов URL: <https://rgud.ru/market-news/ot-vladivostoka-do-peterburga-gde-postroyat-novye-kongress-tsentry-v-rossii/> (дата обращения: 09.07.2025).

86. Отчет о проведении V ММФ БРИКС 2023 г. // BRICS URL: <https://imbricsforum.com/archive/> (дата обращения: 22.01.2025).

87. О центре // Российский экспортный центр URL: <https://www.exportcenter.ru/company/> (дата обращения: 22.01.2025).

88. Погорельская А. М. Экспорт услуг странами—участницами Европейского пространства высшего образования: уроки для России // Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика. – 2024. – Т. 40. – №. 2. – С. 273-299.

89. Положение о Комитете ТПП РФ по выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности // Торгово-промышленная палата Российской Федерации, Комитет по выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности URL: <https://org.tpprf.ru/of/komvist/about/> (дата обращения: 22.01.2025).

90. Полторы тысячи проектов и пятнадцать миллионов гостей: Экспофорум отмечает 10 лет // exproforum URL: <https://exproforum-center.ru/ru/news/15-tysyachi-proektov-i-15-millionov-gostej-eksproforum-otmechaet-10-let/> (дата обращения: 22.01.2025).

91. Постановление Правительства г. Москвы "«О мерах экономической поддержки в условиях режима повышенной готовности»" от 24.03.2020 № № 212-ПП // <https://www.mos.ru/authority/documents/doc/43571220/>. - 2020

92. Правительство Москвы создает АНО «Конгрессно-выставочное бюро» // Департамент предпринимательства и инновационного развития

города Москвы URL: <https://www.mos.ru/dpir/documents/arkhiv-novostei/view/112735220/> (дата обращения: 22.01.2025).

93. Предстоящие мероприятия // Меди ЭКСПО URL: <https://www.mediexpo.ru/> (дата обращения: 22.01.2025).

94. Приказ Министерства по земельным и имущественным отношениям Республики Калмыкия. Приказ от 27 марта 2020 г. № 51-од [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс: справочно-правовая система. – URL: www.consultant.ru (дата обращения: 30.03.2025).

95. Приказ Росстата от 29 декабря 2012 г. № 677 «Об утверждении методологических положений по организации статистического наблюдения за внешней торговлей услугами» [Электронный ресурс] // Официальный интернет-портал правовой информации. – Режим доступа: <http://publication.pravo.gov.ru/> – (Дата обращения: 22.01.2025).

96. Профицит текущего счета платежного баланса РФ в I полугодии снизился в 7,3 раза // Интерфакс URL: <https://www.interfax.ru/business/911120> (дата обращения: 22.01.2025).

97. Развитие конгрессов и выставок – важный драйвер национального плана спасения экономики страны и ее конкурентоспособности // Платформа "PP" URL: <https://www.gosrf.ru/razvitie-kongressov-i-vystavok-vazhnyj-drajver-nacjonalnogo-plana-spaseniya-ekonomiki-strany-i-ee-konkurentosposobnosti/> (дата обращения: 22.01.2025).

98. Регионы России: время возможностей для конгрессно-выставочной сферы // Росконгресс URL: <https://roscongress.org/news/regiony-rossii-vremja-vozmozhnostej-dlja-kongressno-vystavochnoj-sfery-direktor-pmef-prinjal-uchasti/> (дата обращения: 22.01.2025).

99. Рейтинг событийного потенциала регионов России. Итоги 2023 года [Электронный ресурс] / Национальное конгрессно-выставочное бюро. – 2023. – Режим доступа: https://old.rnc-consult.ru/netcat_files/userfiles/Rejting_sobytijnogo_potenciala_regionov_Rossii_itogi_2023_goda.pdf (Дата обращения: 04.02.2025).

100. Россия и Узбекистан готовятся подписать «дорожную карту» по наращиванию торговли // Министерство экономического развития Российской Федерации URL: https://economy.gov.ru/material/news/rossiya_i_uzbekistan_gotovyatsya_podpisat_dorozhnyuyu_kartu_po_narashchivaniyu_torgovli.html (дата обращения: 22.01.2025).

101. Россия и Узбекистан подписали совместный план действий в сфере туризма до 2026 года // Министерство экономического развития Российской Федерации URL: https://economy.gov.ru/material/news/rossiya_i_uzbekistan_podpisali_sovmestnyy_plan_deystviy_v_sfere_turizma_do_2026_goda.html (дата обращения: 22.01.2025).

102. «РСН-2024»: на круглый стол по освещению приехали специалисты из 45 городов России // Российская строительная неделя URL: <https://rsn-expo.ru/news/rsn-2024-na-kruglyy-stol-po-osveshcheniyu-priekhali-spetsialisty-iz-45-gorodov-rossii/> (дата обращения: 22.01.2025).

103. РФ и Узбекистан утвердили дорожную карту в сфере туризма // АК&М URL: https://www.akm.ru/news/rf_i_uzbekistan_utverdili_dorozhnyuyu_kartu_v_sfere_turizma/ (дата обращения: 22.01.2025).

104. РЭЦ и АНО "Цифровая экономика" будут совместно развивать экспорт ИТ-услуг // РИА URL: <https://ria.ru/20231019/rets-1903923155.html> (дата обращения: 22.01.2025).

105. С 18 по 20 апреля в Минске на базе Многопрофильного культурно спортивного комплекса «Минск-Арена пройдет 26-я Международная выставка-ярмарка туристских услуг «ОТДЫХ» // Белэкспо URL: https://belexpo.by/upload/medialibrary/ffb/fs429k4gcdjgsizdotigb3yxltlqcm41i/Press_reliz_.pdf (дата обращения: 22.01.2025).

106. Самарканд объявлен "Мировой столицей культурного туризма" // ТАСС URL: <https://tass.ru/obschestvo/19031543> (дата обращения: 22.01.2025).

107. Сделано в России — Витрина успеха России! // Сделано в России URL: <https://madeinrussia.ru/ru/aboutproject> (дата обращения: 22.01.2025).

108. Статистика внешнего сектора // Банк России URL: https://www.cbr.ru/statistics/macro_itm/external_sector/ets/ (дата обращения: 09.07.2025).
109. Селиванов С.В. Работа с ассоциациями – фактор успеха промышленных выставок // *Congresstime*. - 2023. - №4. - С. 12-13.
110. Событийная индустрия России: итоги 2024 года // RNC URL: https://static.rnc-consult.ru/netcat_files/userfiles/Sobytinaya_industria_itogi_2024.pdf (дата обращения: 22.03.2025).
111. Состав Межгосударственного совета по выставочно-ярмарочной деятельности СНГ // Интернет-портал СНГ. Пространство интеграции URL: <https://e-cis.info/cooperation/2995/79031/> (дата обращения: 22.01.2025).
112. Спартак А. Н. Приоритезация Индии как торгово-экономического партнера России // *Российский внешнеэкономический вестник*. – 2023. – №. 10. – С. 7-38.
113. Спрос на отели Санкт-Петербурга во время ПМЭФ вырос на четверть // Аэроclub URL: <https://aeroclub.ru/tpost/xsdxe2iofl-spros-na-oteli-sankt-peterburga-vo-vremy> (дата обращения: 22.01.2025).
114. Статистика 2024 // Junwex - Петербург URL: <https://junwex-spb.ru/o-vyistavke/analitika.html> (дата обращения: 22.01.2025).
115. Статус // КВТЦ Камчатский выставочно-туристский центр URL: <https://kamexprocenter.ru/status> (дата обращения: 22.01.2025).
116. Текущие выставки и мероприятия // Экспоцентр URL: <https://www.exprocentr.ru/> (дата обращения: 22.01.2025).
117. ТПП РФ сегодня // Торгово-промышленная палата Российской Федерации URL: <https://tpprf.ru/ru/about/> (дата обращения: 22.01.2025).
118. Узбекистан намерен развивать с российским бизнесом деловой туризм // Ритм Евразии URL: <https://www.ritmeurasia.ru/news--2024-04-13--uzbekistan-nameren-razvivat-s-rossijskim-biznesom-delovoj-turizm-72702> (дата обращения: 22.01.2025).

119. Узбекистан выступит страной-партнером форума «Путешествуй!» // Росконгресс URL: <https://roscongress.org/news/uzbekistan-vystupit-stranoj-partnerom-foruma-puteshestvuj/> (дата обращения: 22.01.2025).

120. Умное освещение зданий и мест общего пользования обсудят на РСН–2023 // Единый ресурс застройщиков URL: <https://erzrf.ru/news/umnoye-osveshcheniye-zdaniy-i-mest-obshchego-polzovaniya-obsudyat-na-rsn2023> (дата обращения: 22.01.2025).

121. Услуги организаторам // expoforum URL: <https://expoforum-center.ru/organizatoram/uslugi/> (дата обращения: 22.01.2025).

122. Участие в международных выставках и ярмарках // Центр развития и поддержки предпринимательства Санкт-Петербурга URL: <https://www.crpp.ru/info/sub/vistavki> (дата обращения: 22.01.2025).

123. Участникам XXVII Зернового круглого стола в Новосибирске рассказали об экспортном потенциале сибирских регионов // Федеральное государственное бюджетное учреждение «Федеральный центр оценки безопасности и качества продукции агропромышленного комплекса» URL: <https://fczerna.ru/news/?NAME=uchastnikam-xxvii-zernovogo-kruglogo-stola-v-novosibirske-rasskazali-ob-eksportnom-potentsiale-sibir> (дата обращения: 22.01.2025).

124. Хажеева, М. А., Голубчикова, Ю. В., & Нечаев, Д. О. (2024). Сравнение Российской Федерации со странами СНГ во внешней торговле. Электронный научный журнал "Молодая наука Сибири", (1(23)).

125. Хорева Л.В., Шраер А.В., Глава 1. Услуги как товар на международном рынке //Экспорт услуг. – 2020. – С. 14-30.

126. Центральный совет по косвенным налогам и таможенным пошлинам. Integrated Goods and Services Tax Act [Электронный ресурс] // Центральный совет по косвенным налогам и пошлинам. URL: <https://cbic-gst.gov.in/aces/Documents/IGST-bill-e.pdf> (дата обращения: 26.01.2025).

127. Четыре способа поставки услуг // Всероссийская академия внешней торговли Министерства экономического развития Российской Федерации URL: <https://www.vavt.ru/wto/wto/FourMethodsSupplyServices> (дата обращения: 22.01.2025).

128. Численность занятых в событийной индустрии в 2023 году сократилась относительно 2022 года // ВНИЦ. Аналитика URL: https://t.me/event_analytics/906 (дата обращения: 22.01.2025).

129. Что такое экспорт услуг и почему он важен? // hiosis URL: <https://www.hiosis.com.tr/ru/blog/789/chto-takoe-eksport-uslug-i-pochemu-on-vazhen> (дата обращения: 22.01.2025).

130. Что такое деловой туризм? Какими были первые командировки и как компании организуют поездки сейчас // smartway URL: <https://smartway.today/delovoy-turizm> (дата обращения: 22.01.2025).

131. Яковлева Е. А., Толочко И. А. Инструменты и методы цифровой трансформации // Вопросы инновационной экономики. 2021. Том 11. № 2. С. 415–430.

132. AlleAktien. Dienstleistungsexport [Электронный ресурс] // AlleAktien. URL: <https://www.alleaktien.com/lexikon/dienstleistungsexport> (дата обращения: 26.01.2025).

133. (BBCG) // All Events все бизнес события URL: <https://all-events.ru/organizatoram/organizers/b2b-conference-group-bbcg/> (дата обращения: 22.01.2025).

134. Congresstime №4(25) 2023 В Москве проходит выставка "Россия" // calameo URL: <https://www.calameo.com/read/006264781ccb967d2d3bf> (дата обращения: 22.01.2025).

135. Deardorff A.V. International Provision of Trade Services, Trade, and Fragmentation // The World Economy. – 2002. – № 24(8). – С. 1023–1037. – DOI: 10.1111/1467-9396.00276. – Режим доступа: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/1467-9396.00276> (дата обращения: 21.12.2024).

136. Distribution of services exports in Russia in 2023, by type // Statista URL: <https://www.statista.com/statistics/1059510/russia-services-export-share-by-type/> (дата обращения: 22.01.2025).

137. Díaz-Méndez M., Saren M., Gummesson E. Lights and Shadows on Student Evaluation Surveys: Insights from Service Dominant Logic //Improving the Evaluation of Scholarly Work: The Application of Service Theory. – Cham : Springer International Publishing, 2022. – С. 81-97.

138. Events in Clifton // eventbrite URL: <https://www.eventbrite.com/d/nj--clifton/events/> (дата обращения: 22.01.2025).

139. Grönroos C. Service-informed marketing reform //Journal of Services Marketing. – 2024. – Т. 38. – №. 10. – С. 32-43.

140. IT-Summit 2024: итоги // АПКИТ URL: <https://apkit.ru/news/it-summit-2024-itogi/> (дата обращения: 22.01.2025).

141. IT-Summit 2023: итоги // АПКИТ URL: <https://apkit.ru/news/it-summit-2023-itogi/> (дата обращения: 22.01.2025).

142. MICE мероприятия и их значение для современной компании // Группа компаний Event Pro URL: <https://gkevent.pro/stati/mice-meropriiatiia-i-ih-znachenie-dlia-sovremennoi-kompanii> (дата обращения: 22.01.2025).

143. Mingyue Ouyang Evolution and New Trends of International Trade Theory in the Digital Economy Era // Scientific Research Publishing. - 2024. - С. 184-194.

144. Jagdish Bhagwati Reforms and Economic Transformation in India. - New-York: Oxford University Press, 2013. - 279 с.

145. Jonathan Eaton, Samuel S. Kortum & Francis Kramarz, Firm-to-Firm Trade: Imports, Exports, and the Labor Market // NBER Working Paper. – 2022. – № 29685. – DOI: 10.3386/w29685. – Режим доступа: <https://www.nber.org/papers/w29685> (дата обращения: 21.12.2024).

146. Oliveira L., Tajariol F., Gonçalves L. B. Digital Services in Crisis, Disaster, and Emergency Situations / L. Oliveira, F. Tajariol, L. B. Gonçalves. —

Hershey: Information Science Reference, 2021. — 411 p. — ISBN 978-1-7998-6705-0.

147. Rudolf Adlung, Export Policies and the General Agreement on Trade in Services, *Journal of International Economic Law*, Volume 18, Issue 3, September 2015, Pages 487–510, <https://doi.org/10.1093/jiel/jgv031>

148. Statistika // O'zbekiston Respublikasi Ekologiya, atrof-muhitni muhofaza qilish va iqlim o'zgarishi vazirligi huzuridagi Turizm qo'mitasi URL: <https://uzbektourism.uz/research/statistics> (дата обращения: 22.01.2025).

149. The Top Insights and Results From the 2024 Meetings Today Trends Survey // Meetings Today URL: <https://www.meetingstoday.com/articles/144409/top-insights-and-results-2024-meetings-today-trends-survey> (дата обращения: 08.05.2024).

150. Trade statistics for international business development Monthly, quarterly and yearly trade data. Import & export values, volumes, growth rates, market shares, etc. // ITC URL: <https://www.trademap.org/Index.aspx> (дата обращения: 22.01.2025).

151. UFI Events Calendar // The global Association of the Exhibition Industry URL: <https://www.ufi.org/our-events/ufi-events-calendar/> (дата обращения: 22.01.2025).

152. Wirtz J., Lovelock C. *Services marketing: People, technology, strategy.* – World Scientific, 2021.

153. World Trade statistics // World Trade Organization URL: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/world_trade_statistics_e.htm (дата обращения: 02.08.2025).

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение А.

The screenshot shows the website 'СПбКББ' (Congress-Exhibition Office) with a calendar of events. The page features a navigation menu with options like 'О нас', 'Новости', 'Календарь мероприятий', 'Площадки', 'Выставки', 'Партнеры', 'E-Visa', 'Устойчивое развитие', and 'Контакты'. A search bar is present in the top right. The main content area displays a grid of event cards, each with a title, date, and description. A left sidebar contains filters for 'Календарный план мероприятий, проводимых в Санкт-Петербурге', 'Категория' (GDS-Индекс, Амбассадор, Возможна встреча с КВБ, Проводятся КВБ), 'Тематика мероприятия', 'Тип мероприятия', and 'Online'.

Event Title	Date	Category	Topic	Type	Online
XXII Общероссийский форум «Стратегическое планирование в регионах и городах России»	10-11 октября 2024	Проводятся КВБ	Экономика и управление	Offline	Yes
Методы и технологии продвижения деловых мероприятий: как привлечь целевую аудиторию	20.09.24 - 20.09.24	Проводятся КВБ	Ивент индустрия	Offline	Yes
Петербургский завтрак: традиции и бизнес	18.09.24 - 18.09.24	Проводятся КВБ	Гостиничный и ресторанный бизнес	Offline	Yes
Приземляем стратегии, укрепляя сотрудничество	30-31 октября 2023	Проводятся КВБ	Ивент индустрия	Offline	Yes
Креативные подходы в MICE индустрии	Online-семинар	Проводятся КВБ	Ивент индустрия	Online	Yes

Рисунок 1 - Календарный план мероприятий, проводимых в Санкт-Петербурге [40]