

0-799086

На правах рукописи



Педыч Людмила Петровна

**УПРАВЛЕНИЕ КОНГРЕССНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ  
КАК ФАКТОРОМ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА**  
(на примере Москвы и Санкт-Петербурга)

Специальность 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством:  
«Управление инновациями»

**АВТОРЕФЕРАТ**  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата экономических наук

МОСКВА – 2012

Работа выполнена на кафедре менеджмента Международного университета  
в Москве

Научный руководитель: доктор экономических наук, профессор  
**Альгирдас Юозович Манюшис**

Официальные оппоненты: доктор экономических наук, профессор  
**Дмитрий Владимирович Кузин**

доктор экономических наук, профессор  
Государственного университета управления  
**Владилен Андреевич Прокудин**

Ведущая организация: Российский государственный  
торгово-экономический университет

Защита состоится 6 декабря 2012 г. в 14 часов на заседании диссертационного  
совета Д.521.006.01 в Международном университете в Москве по адресу: 125040,  
Москва, Ленинградский проспект, д.17, ауд. 417.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Международного университета  
в Москве по адресу: 125040, Москва, Ленинградский проспект, д.17.

Автореферат разослан 2 ноября 2012 года.

НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА КФУ



0000808993

Ученый секретарь  
диссертационного совета,  
доктор экономических наук

М.Б. Кислюк

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность темы исследования.** Последние годы в России отмечены провозглашением курса на модернизацию и переход к инновационной экономике. В ближайшее десятилетие стратегия развития России должна основываться на инновациях – так обозначен курс Стратегии-2020. Инновации мы понимаем как прибыльное использование новшеств в виде новых технологий, видов продукции и услуг, организационно-технических и социально-экономических решений.

В рыночной экономике важным фактором инновационного процесса является маркетинг. Одним из эффективных инструментов маркетинга в сфере инноваций становится активно развивающаяся во всем мире **конгрессная деятельность**, представляющая собой весьма сложный процесс, в котором осуществляется взаимодействие государственных органов, общественных организаций, учреждений и предприятий различных форм собственности. Это важная часть общего механизма создания и распространения инноваций. По своей природе конгрессная индустрия относится к инновационной инфраструктуре и в этом качестве является важнейшим инструментом развития экономики.

Конгрессная деятельность относится к рынку услуг, который активно развивается в постиндустриальном обществе. Она сформировалась как самостоятельная, динамично развивающаяся индустрия, имеющая собственные механизмы реализации, инфраструктуру, материально-техническую базу и специализированные кадры. В конгрессную индустрию вовлечены тысячи организаций промышленности, телекоммуникаций, сферы услуг.

Конгрессная деятельность является эффективным инструментом реализации приоритетных национальных проектов, механизмом развития инфраструктуры крупных городов и регионов, повышения их инвестиционной привлекательности.

Конгрессная деятельность создает и реализует конкурентный потенциал территорий и формирующихся инновационных кластеров, расширяя доступ к инновациям. Проведение конгрессных мероприятий престижно, это стимулирует научный и деловой обмен, экономический рост, способствует распространению инноваций, приносит существенные экономические выгоды региону.

Конгрессная деятельность развивается в ряде крупных городов Российской Федерации (Екатеринбург, Сочи, Иркутск, Нижний Новгород, Красноярск), но пока в основном сосредоточена в Москве и Санкт-Петербурге. При этом в иерархии мировой конгрессной инфраструктуры Москва находится всего лишь на 42-м месте из 53-х в рейтинге Всемирной ассоциации выставочной индустрии UFI.

Конгрессная деятельность в совокупности с выставочной индустрией является приоритетной для развития города и региона, способствует тому, чтобы Москва стала одним из ведущих финансовых и политических центров мира.

Конгрессная деятельность становится существенным фактором, стимулирующим развитие экономики, является эффективным инструментом повышения конкурентоспособности отечественной промышленности, содействует ускорению процесса интеграции России в мировое экономическое сообщество.

В конгрессной деятельности в России имеется ряд нерешенных проблем:

- недостаточный уровень развития материально-технической базы;
- малое число конгресс-центров международного уровня;
- недостаточное развитие профессиональных ассоциаций;
- несовершенная законодательная и нормативно-правовая база;
- отсутствие комплексного подхода к развитию конгрессной инфраструктуры;
- отсутствие статистики, информационно-аналитического обеспечения;
- отсутствие концептуального подхода к планированию приоритетных мероприятий, неопределенность в формах государственной поддержки.

Оценивая сегодняшнее состояние конгрессной деятельности в России по сравнению с более продвинутыми в этом отношении странами, сделан вывод, что она носит во многом фрагментарный характер, отсутствует системный подход в ее развитии. Перечисленные факторы определяют актуальность темы исследования.

В работе проведено системное исследование рынка конгрессных мероприятий, разработан комплекс организационных и методических рекомендаций по формированию эффективной системы управления конгрессным рынком, особенно применительно к развитию инновационной экономики, что объективно отвечает стратегическим задачам развития России.

**Степень разработанности проблемы.** Развитию конгрессной индустрии в последнее время уделяется большое внимание в зарубежной научной литературе.

Эффективному управлению конгрессными мероприятиями посвящены работы таких исследователей, как У. Хальцбаур, Э. Йеттингер, Б. Кнаус, Р. Мозер, А. Джуди, М. Целлер, Р. Гандапас, Р. Ньютон, П. Санджив и других.

Проблемы отечественного конгрессного бизнеса исследованы в значительно меньшей степени и недостаточно системно. Так, вопросы развития выставочного бизнеса исследованы в диссертационных работах С.Н.Трофимова, А.Г.Салашенко, И.К. Филоненко, Л.П. Усмановой, И.Г. Бычкова. Известны всего две кандидатские диссертации В.А. Жукова и В.В.Серегиной, посвященные решению узких задач по развитию рынка конгрессного туризма. В последние годы появились интересные и полезные работы практиков российской конгрессной индустрии А.Я. Пасмурова, Л.В. Говорова, А.В. Шумовича и других. Однако они носят преимущественно практический характер и затрагивают главным образом методику подготовки конгрессных мероприятий. Поэтому системные исследования отечественной конгрессной индустрии как важного фактора перехода к инновационному развитию должны быть активизированы и углублены.

**Цель и задачи исследования.** Целью данной диссертации является разработка методических и практических рекомендаций по развитию конгрессной деятельности в России и эффективному управлению конгрессным бизнесом в интересах развития инновационной экономики на примере организации конгрессной индустрии Москвы и Санкт-Петербурга.

Для достижения данной цели поставлены следующие **основные задачи**:

1. На основе анализа основных сегментов конгрессной индустрии и форм их реализации в регионах выявить среди них наиболее перспективные и систематизировать теоретические, практические материалы по теме исследования.
2. Оценить состояние отечественного конгрессного рынка, выявить проблемные зоны и определить тенденции его дальнейшего развития в мировом контексте.
3. Разработать основные принципы системной организации конгрессной деятельности в регионах, в т. ч. на основе создания координационного органа.

4. Обосновать методические подходы к формированию эффективных организационных форм реализации конгрессных мероприятий в интересах развития региональных инновационных кластеров.

5. Разработать принципы создания регионального Конгресс-центра международного уровня как основной площадки для координации, подготовки и проведения конгрессных мероприятий инновационной направленности, сформулировать рекомендации по управлению подобным Конгресс-центром.

**Объектом исследования** является *конгрессная деятельность* как форма предпринимательской деятельности и объект управления, многофункциональный сегмент сферы услуг. Объектом рассмотрения являются международные и межрегиональные деловые мероприятия Москвы и Санкт-Петербурга.

**Предметом исследования** являются экономические отношения в сфере конгрессного бизнеса, формы и методы организации конгрессной деятельности в регионах, процессы управления конгрессной деятельностью, проблемы разработки эффективной стратегии развития конгрессной индустрии.

**Методологическую и теоретическую базу исследования** составляют методы системного, логического и комплексного анализа, теории принятия решений, стратегического управления, экспертных оценок и другие методы.

На разных этапах использовались: комплексный экономический анализ, сравнительный, маркетинговый анализ, SWOT-анализ. Вопросы конгрессного менеджмента рассматриваются в контексте инновационной экономики и стратегического управления (финансовые, правовые, организационные аспекты).

В работе использованы теоретические и методические разработки в области конгрессного менеджмента и управления проектами. В качестве теоретической базы использовались труды в области стратегического менеджмента И. Ансоффа, экономической конкуренции М. Портера, в области менеджмента и маркетинга П. Друкера, Ф. Котлера, Ли Якокки, теории организации Б. Мильнера, Р. Дафта и др.

Базой для аналитической работы послужили статистические данные ИССА (International Congress and Convention Association), материалы федеральных целевых программ, конференций, публикации периодической печати, личные

опросы и наблюдения автора. Наряду с теоретическими трудами в исследовании использованы практические материалы из программы повышения квалификации «Конгрессные технологии в современном бизнесе», организованной автором в 2009 г. в Международном университете в Москве. В проекте принимали участие приглашенные автором ведущие практики конгрессного бизнеса, представившие практические наработки по теме организации крупных конгрессных мероприятий (например, Петербургского международного экономического форума).

**Научная новизна** диссертационного исследования состоит в разработке теоретических и методических положений по формированию эффективного организационного механизма управления конгрессной деятельностью как фактором инновационного развития региона.

Лично автором получены следующие наиболее важные результаты:

1. На основе анализа конгрессной индустрии как системы определены основные ее сегменты и сформулированы перспективные направления ее развития как катализатора инновационного развития региона.

2. Предложены новые формы и методы управления конгрессной деятельностью в регионе, в том числе ее регулирования со стороны государственных органов федерального и регионального уровня.

3. Разработана концепция эффективного развития конгрессной деятельности на базе создания в регионах Конгресс-центров международного уровня с соответствующей инфраструктурой.

4. Предложен механизм использования конгрессных мероприятий как мощного коммуникативного инструмента для создания и развития инновационных кластеров. Сформулированы принципы организации кластерно-ориентированных конгрессных мероприятий, которые требуют принципиально нового подхода к формированию программ и аудитории участников: мероприятия должны быть *межотраслевыми* и направленными на инновационное развитие региона.

5. Автором разработана модель регионального Конгресс-центра, который призван стать катализатором формирования инновационного кластера и существенно повысить эффективность решения проблем инновационного

развития региона. Предложены структура и организация деятельности Конгресс-центра, унифицированный алгоритм подготовки конгрессного мероприятия.

**Решаемая научная проблема** состоит в обосновании основных подходов к формированию стратегии и тактики эффективного управления конгрессной деятельностью в регионе, современных организационных форм ее реализации.

**Практическая значимость.** Выводы и положения диссертационного исследования могут быть использованы в практической работе органов власти, государственных учреждений и коммерческих организаций (для формирования инновационных кластеров, создания региональных конгресс-центров, подготовки и проведения конгрессных мероприятий), в учебных курсах по маркетингу и управлению организационными инновациями для студентов экономических специальностей вузов и слушателей программ повышения квалификации.

**Реализация и апробация результатов работы.** Результаты исследования были использованы в авторской программе повышения квалификации «Конгрессные технологии в современном бизнесе», успешно проведенной в Международном университете в Москве. Данные результаты прошли апробацию в ходе авторского семинара на факультете «Предпринимательство в культуре», нашли практическое применение в деятельности агентства «Бутик идей».

**Соответствие тематики исследования паспорту специальности.** Тематика проведенного диссертационного исследования соответствует паспорту специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством, «Управление инновациями», в том числе пунктам:

2.3. Формирование инновационной среды как важнейшее условие осуществления эффективных инноваций. Определение подходов, форм и способов создания благоприятных условий для осуществления инновационной деятельности. Пути улучшения инновационного климата.

2.11. Определение направлений, форм и способов перспективного развития инновационной инфраструктуры. Принципы проектирования и организации функционирования инновационных инфраструктур на мезо- макро- и микроуровнях.

**Публикации.** По теме диссертации опубликовано 4 печатные работы общим объемом 1,9 п.л., из них 1,5 п.л. в изданиях, реферируемых ВАК РФ.

**Структура и объем работы** определены основной целью и задачами исследования, а также логикой и последовательностью их решения. Диссертация представлена на 152 страницах машинописного текста и состоит из введения, трех глав, заключения, приложения и библиографического списка. Текст включает 5 рисунков, 9 таблиц и список литературы из 146 наименований.

**Во введении** обоснована актуальность темы, определены цели и задачи, предмет и объект исследования, дана характеристика методологических и теоретических основ исследования, сформулированы научная новизна и практическая значимость основных выводов и положений диссертации.

**В главе I** «Конгрессная деятельность как бизнес и объект управления» рассмотрена сущность конгрессной индустрии как важного фактора развития инновационной экономики, сформулированы теоретические основы управления конгрессной деятельностью.

**В главе II** «Организация управления конгрессной деятельностью в регионе» рассмотрены современные формы и методы организации управления конгрессной деятельностью в регионе и особенности государственного регулирования в данной сфере.

**В главе III** «Пути повышения эффективности управления конгрессной деятельностью в регионе» представлены новые формы и методы организации управления конгрессной деятельностью в регионе. Проведен анализ экономической эффективности конгрессных мероприятий, определены пути совершенствования государственного регулирования конгрессной деятельности. Сформулированы методические подходы и практические рекомендации по функционированию регионального Конгресс-центра.

**В заключении** сформулированы выводы по работе в целом и даны практические рекомендации по использованию ее результатов.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

### **1. Конгрессная деятельность как индустрия и объект управления.**

Конгрессная деятельность – это предпринимательская деятельность, направленная на создание благоприятных условий для обмена информацией, деловых и научных контактов с целью распространения инноваций, установления и развития отношений между производителями товаров, поставщиками услуг и потребителями, осуществляемая посредством организации конгрессных мероприятий. Данные мероприятия представляют собой организованные встречи специалистов-представителей стран, отраслей, организаций для обмена опытом и знаниями, поиска необходимых решений и предложения новых проектов.

Крупномасштабные деловые события (конференции, конгрессы, форумы) являются важной составляющей деловых коммуникаций. Конгрессная деятельность является важным фактором для развития инновационной экономики, содействует ее интеграции в мировой рынок, способствует развитию регионов, в частности их инновационной инфраструктуры.

Конгрессная индустрия – высокодоходная сфера деятельности. По данным ICCA (International Congress Convention Association), каждый участник конгресса тратит в среднем 736 долларов в день, в три раза больше, чем обычный турист. Индустрия деловых встреч приносит крупным городам в 4 раза больше средств, чем организация других массовых мероприятий. В Германии оборот конгрессной индустрии составляет 50 млрд. евро в год, в Канаде 32 млрд. канадских долларов. Дворец Конгрессов в Париже ежегодно имеет суммарный оборот от 200 млн. долл.

Рентабельность конгрессного рынка составляет от 30 до 70%. Крупные мероприятия, составляя около 15% от общего количества мировых конгрессов, дают принимающим странам 50% совокупного дохода от конгрессного рынка.

Проведение конгрессных мероприятий дает существенный социально-экономический результат и мультипликативный эффект. Влияние конгрессной деятельности на национальную экономику складывается из прямых доходов, поступающих от участников мероприятия, из доходов государства, роста занятости населения. Наряду с прямыми доходами важным является сопряженный

экономический эффект в смежных отраслях: транспорт, торговля, рестораны, гостиницы, реклама, полиграфия. Организаторы российского нефтяного совета планируют в 2014 году провести конгресс Всемирного нефтяного совета, его бюджет 18 млн. долл. Мультипликативный эффект составит от 90 до 120 млн.

Три крупных конгресса в Австрии (конгрессы ассоциации урологов 2011 г., по интеллектуальным транспортным системам 2012 г., по иммунологии 2015 г.), предполагают общий вклад в ВВП страны 50 млн. евро. Подобный экономический эффект – хороший довод в пользу того, что на федеральном уровне желательно сосредоточиться на привлечении в страну крупных международных форумов.

Рынок конгрессных мероприятий начал формироваться в 60-е годы XX века, когда появились первые профессиональные ассоциации участников конгрессной деятельности: ICCA (International Congress and Convention Association) в 1963 г., EFCT (European Federation of Conference Towns) в 1964 г., IAPCO (International Association of Professional Congress Organizers) в 1968 г. Одной из самых крупных и влиятельных организаций является Международная ассоциация конгрессов и конференций ICCA, которая в 2011г. включала 931 члена из 85 стран, в ней состоит 13 российских организаций.

Миссия профессиональных конгрессных ассоциаций – содействие развитию современной инфраструктуры деловых поездок путем создания единого информационного пространства поставщиков и потребителей услуг, продвижения и развития мировой концепции деловых поездок. В России конгрессная индустрия как самостоятельный бизнес появилась в 90-е годы двадцатого века.

*Конгрессная индустрия* как самостоятельная отрасль экономики и часть мировой индустрии встреч MICE (*Meetings* - встречи, *Incentives* - поощрительные поездки, *Congresses* - конгрессы, *Exhibitions* - выставки) объединяет организации, оказывающие услуги или поставляющие товары для организации конгрессных мероприятий. Развитие индустрии встреч строится на трех ключевых моментах: площадки (выставочные и конгресс-центры), профессиональные услуги по организации и обслуживанию мероприятий, прием и туристическое обслуживание гостей (гостиничные услуги). Все эти элементы должны быть сбалансированы.

*Потребителями* на рынке конгрессных мероприятий выступают организаторы или инициаторы конгрессных мероприятий (*meeting planners*) – международные ассоциации и крупные глобальные корпорации, правительственные организации, коммерческие организации, некоммерческие и научные организации, операторы по конгрессному менеджменту и участники.

*Производителями* выступают поставщики товаров и услуг, требуемых для организации конгрессного мероприятия. Возникли специализированные компании – профессиональные организаторы конгрессов *professional congress organizers PCO*. Участниками рынка являются также операторы направлений, выступающие операторами туристической логистики *destination management company DMC*.

Взаимодействие между потребителями и производителями товаров и услуг для организации конгрессных мероприятий формирует *конгрессный рынок*.

В Москве функционирует свыше 40 компаний-организаторов конгрессов, среди которых крупнейшие: Adam Smith Conferences, группа компаний Eventica, компании Artur Hunt Conferences, Infor Media Russia, Sanoma Independent Media, BBPG, LBS International Conferences, Eventum Premo, ТБК-Сервис, Евроэкспо, Меди-Экспо, группа компаний РБК, группа предприятий Рестэк, РИА Эксперт, ОАО Центр международной торговли, ЦВК Экспоцентр, МВЦ Крокус Экспо.

Организаторами мероприятий выступают международные организации и ассоциации, правительственные, неправительственные организации и ассоциации, научные учреждения, а также крупные коммерческие компании. Однако все перечисленные организации действуют независимо друг от друга, часто дублируют тематику мероприятий и решают узкие коммерческие задачи (Рис.1).

Поэтому необходим координирующий орган, имеющий соответствующие полномочия, позволяющий организовать конгрессную деятельность в глобальных интересах развития регионов и страны в целом. Для развития конгрессной индустрии, по мнению автора, необходим *Национальный конгрессный Совет* – некоммерческая организация с исследовательским центром для аналитической и научной работы, сбора и анализа статистических данных, способствующая консолидации игроков конгрессного бизнеса, представителей науки и власти.

Рис. 1. Основные участники конгрессного рынка



## 2. Организация управления конгрессной деятельностью в регионе. По

данным ИССА, ведущей страной по количеству международных конгрессов является США, среди городов Европы – Вена. Лидируют также Париж, Барселона, Сингапур и Берлин. Россия – аутсайдер по числу конгрессов: в 2010 г. – 39 место. Лидерами конгрессной индустрии в России являются Москва и Санкт-Петербург.

В Москве функционирует около 165 площадок, 2/3 из которых принадлежат гостиничной системе. Основные площадки для проведения конгрессных мероприятий: Государственный Кремлевский Дворец съездов на 6 000 чел., Центр международной торговли – 3 600 чел., Московский Дворец молодежи – 2 000 чел., Экспоцентр – 1 500 чел., конгресс-центр Крокус Экспо – 7 000 человек.

По состоянию материально-технической базы нормам международной практики соответствует Центр международной торговли (с ограничением по вместимости до 3 600 человек). Конгрессным центром международного уровня является МВЦ Крокус Экспо, но данный центр находится в Московской области.

В Санкт-Петербурге находится один из ведущих конгрессно-выставочных центров России – ОАО ВК «Ленэкспо» (на 2 500 человек), это место проведения Петербургского международного экономического форума.

На данный момент в России реализуются проекты строительства крупных конгрессно-выставочных центров «ЭкспоФорум» на 7 000 мест, объем инвестиций 1 млрд. долл., и «Экспоцентр Внуково» – стоимость проекта 1,5 млрд. долларов.

Анализируя эти данные, а также общее количество участников мероприятий в год, можно отметить существенную динамику конгрессного рынка (Табл. 1).

Таблица 1. Общее количество участников мероприятий в год (статистика ICCA).  
ICCA Destination Comparison Report Online, [iccadata.iccaworld.com/DCR/index.cfm](http://iccadata.iccaworld.com/DCR/index.cfm)

| Год  | Москва | Санкт-Петербург |
|------|--------|-----------------|
| 2002 | 2 173  | 1 493           |
| 2003 | 1 400  | 3 131           |
| 2004 | 1 975  | 789             |
| 2005 | 3 205  | 1 110           |
| 2006 | 4 193  | 3 631           |
| 2007 | 2 441  | 2 196           |
| 2008 | 1 800  | 2 582           |
| 2009 | 6 272  | 1 480           |
| 2010 | 3 210  | 650             |
| 2011 | 2 002  | 6 111           |

Координирующими органами конгрессной деятельности в Москве являются Правительство Москвы (в лице Департамента науки и промышленной политики, Департамента внешнеэкономических и международных связей г. Москвы) и Московская торгово-промышленная палата. Правительство Москвы видит целью превращение Москвы в крупный конгрессный центр международного уровня.

Правительство в лице департаментов и комитетов должно выступать как *координатор* взаимодействия всех субъектов конгрессной деятельности, как организатор, заказчик и участник мероприятий, в качестве информационного канала, субъекта законотворчества и маркетингового центра. В координирующий орган могут входить Правительство Москвы, Московская ТПП, другие государственные и общественные структуры, а также представители ведущих бизнес-структур, соответственно, это будет независимый координирующий орган.

Основными особенностями российского конгрессного рынка являются: разобщенность отдельных участников рынка, отсутствие целенаправленной политики со стороны государственной власти, отсутствие аналитического центра.

Нет законодательных актов, регулирующих взаимоотношения власти и бизнеса. Необходима также структура, которая занимается работой с международными Ассоциациями. В крупных европейских городах существуют конгрессные бюро, их основной задачей является повышение престижа страны, города, представление преимуществ региона. Сейчас формально конгрессные бюро имеются в Екатеринбурге, Сочи, Санкт-Петербурге, формируется в Москве.

Для определения перспектив развития конгрессной деятельности в Москве проведен соответствующий SWOT-анализ (Табл. 2).

Таблица 2. SWOT-анализ перспектив развития конгрессной деятельности Москвы

| СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ  | ВОЗМОЖНОСТИ   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Москва располагает всеми возможностями для формирования конгрессного центра мирового уровня.</li> <li>- Москва – ведущий туристический центр России, имеющий архитектурное и культурно-историческое наследие.</li> <li>- Большой научно-производственный потенциал имеет значение при выборе места проведения встреч.</li> <li>- Понимание важности развития конгрессной деятельности в Москве на федеральном и региональном уровнях.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Возросший интерес к проблемам конгрессной индустрии, что отражается в публикациях и обсуждениях.</li> <li>- Становление MICE-рынка в России, осознание необходимости становления участниками рынка.</li> <li>- Развитие системы подготовки и повышения квалификации специалистов</li> <li>- Наличие крупных инвестиционных проектов в сфере развития конгрессно-выставочной инфраструктуры города.</li> <li>- Повышение инвестиционной привлекательности конгрессной сферы.</li> </ul> |
| СЛАБЫЕ СТОРОНЫ   | УГРОЗЫ  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Недостаточное количество конгрессных площадок, отвечающих международным стандартам.</li> <li>- Отсутствие статистического учета и системы оценки экономической эффективности конгрессной деятельности.</li> <li>- Отсутствие конгрессного бюро и цельной концепции продвижения Москвы на международном рынке.</li> <li>- Недостаточная активность администрации и бизнеса в совместном финансировании продвижения города.</li> <li>- Низкий уровень сотрудничества внутри городского бизнес-сообщества, отсутствие диалога с администрацией города по развитию конгрессной отрасли. Недостаточная проработка механизмов содействия развитию конгрессной деятельности.</li> <li>- Неэффективная ценовая политика гостиничных предприятий, сложность оформления въездной визы.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Конкуренция с зарубежными конгресс-центрами.</li> <li>- Коррупция.</li> <li>- Снижение инвестиционной привлекательности (России в целом, Москвы и других городов)</li> </ul>   |

Москва располагает всеми возможностями для формирования конгрессного центра мирового уровня при решении задач, которые составляют слабые стороны.

На основании проведенного анализа сформулированы необходимые условия для развития конгрессной индустрии в регионе и эффективного управления конгрессным рынком, сделаны выводы о необходимости следующих действий.

1. Выработка единой государственной политики в области конгрессной индустрии, выработка комплекса мер поддержки на федеральном уровне.
2. Создание Национального конгрессного Совета. Сбор, систематизация и анализ статистических данных, итоги научно-практических исследований.
3. Участие в международных профессиональных конгрессных Ассоциациях.
4. Совершенствование конгрессной инфраструктуры и развитие материально-технической базы.
5. Создание региональных Конгресс-центров международного уровня.
6. Формирование и совершенствование законодательной и нормативно-правовой методической базы.
7. Оптимизация финансовой политики, совершенствование ценообразования.
8. Информационное обеспечение конгрессной деятельности, издание специализированных печатных органов (например, «Россия конгрессная»).
9. Государственная поддержка и работа конгрессного бюро в регионе.
10. Подготовка профессионально образованных специалистов конгрессного бизнеса, разработка соответствующих образовательных программ.

Сегодня одной из важнейших проблем, сдерживающих развитие конгрессной отрасли в России, является отсутствие конгрессных центров с количеством от 5 000 мест, для проведения крупных международных форумов.

**3. Пути повышения эффективности управления конгрессной деятельностью в регионе.** На основе системного анализа всех составляющих сегментов конгрессного рынка обоснована перспективность развития конгрессной индустрии для экономического развития России. Экономическая эффективность конгрессной деятельности выражается в результативности проведения проектов, отношением *полученного экономического эффекта к произведенным затратам*.

Основные показатели экономической эффективности: финансовая эффективность (учитывающая финансовые последствия для всех участников), экономическая (учитывающая затраты и результаты), бюджетная (бюджеты всех уровней). Учитывается также объем ресурсов: персонал, материально-техническая база, исключительные права на объекты интеллектуальной собственности. По методу сопоставления одновременных денежных затрат и результатов выделяют статические методы (учетные) и динамические (методы дисконтирования).

Основные этапы оценки эффективности:

- составление и анализ бюджета проекта;
- оценка реализуемости (техническая, экономическая, др.), финансовая часть характеризуется положительным накопленным сальдо денежных потоков;
- анализ и оценка с помощью статических методов (значимыми методами являются метод эффективности инвестиций и срок окупаемости);
- анализ и оценка проекта с учетом дисконтирования (лучше использовать методы чистой приведенной стоимости, внутренней нормы доходности);
- соответствие проекта стратегическим целям, перспективы направления (определяются с помощью метода экспертных оценок).

При обобщении информации учитываются факторы риска, инфляции.

Эффективность конгрессного мероприятия выражается как результат, измеряемый разностью между денежным доходом и расходами, получаемый конгрессными компаниями, смежными отраслями и ростом числа рабочих мест.

Важным фактором модернизации и перехода к инновационному развитию является эффективное включение в инновационный процесс малого и среднего бизнеса, обеспечение его взаимодействия с крупными компаниями. Современной формой такого взаимодействия является формирование *региональных кластеров*. И здесь конгрессная индустрия может и должна сыграть существенную роль.

Существует четыре основных механизма взаимодействия малых и крупных предприятий: франчайзинг, субконтрактинг, аутсорсинг и в форме кластера. Во всех развитых странах в механизмах взаимодействия крупного и малого бизнеса кластерным принципам организации принадлежит важнейшее место.

*Кластер* – это группа географически соседствующих и интеграционно взаимодействующих компаний и организаций, функционирующих в определенной отраслевой сфере и взаимодополняющих друг друга. Примерами наиболее известных систем кластерного типа являются кооперации компаний: в области информационных технологий – в Силиконовой долине (США), телекоммуникаций – Хельсинки (Финляндия), кинопроизводства в Голливуде. Примером зарождения кластеров в России является автомобильный кластер в Санкт-Петербурге, он является ведущим центром автомобилестроения в России. Ведущие автозаводы кластера: Форд, Джeneral Моторз, Тойота, Ниссан, Хюндай, Скания. На заводах занято более 6 тыс. человек, выпуск машин в 2011г. в 3,7 раз больше, чем в 2010г.

В рамках политики кластерного развития центральное внимание уделяется комплексу взаимосвязей между субъектами инновационной деятельности, развитие компаний различного масштаба и отраслевой принадлежности в интересах создания инновационных продуктов. Укрепляется взаимодействие между предприятиями разного профиля, различными видами создателей знания – научными и технологическими НИИ и коммерческими организациями.

Экономика с высокой интеллектуальной составляющей обуславливает сотрудничество специалистов разных областей. Поддержка кластеров должна осуществляться по следующим направлениям: *организация информационного обмена* между участниками кластера, *концентрация* на единой территории и формирование единых каналов маркетингового продвижения брендов. Важное направление – обобщение опыта, анализ рыночных тенденций, поддержка в вопросах подготовки кадров. Конгрессные проекты могут служить практическому решению всех перечисленных задач, главное – обеспечить взаимодействие сторон, это позволит повысить конкурентоспособность малых предприятий.

В настоящее время крупные конгрессные мероприятия в России не удовлетворяют сформулированным требованиям: в основе практики подготовки мероприятий лежит специализация, узкоотраслевой принцип, инновационная направленность является формальной, второстепенной, типовые финансовые условия участия не под силу малым инновационным предприятиям. Поэтому в

каждом крупном, промышленно развитом регионе и мегаполисе необходимо проведение конгрессных мероприятий инновационной направленности. При этом тематика проводимых мероприятий должна отвечать наиболее развитым отраслям региона, т.е. содействовать формированию соответствующих кластеров.

Конгрессная деятельность как механизм интеграции и информационного обеспечения должна играть ведущую роль в формировании конкурентоспособных кластеров. Мероприятия должны носить межотраслевой и региональный характер, что не соответствует нынешней практике их подготовки и проведения.

Для решения задачи предложено создание *региональных Конгресс-центров* международного уровня. Основной целью Конгресс-центра будет подготовка и проведение конгрессных мероприятий инновационной направленности, служащих разъяснению сути кластеров, что будет способствовать формированию кластеров в регионе (т.к. по определению кластер – это явление региональное).

Это мозговой центр, где формируется политика создания кластеров, и проводятся соответствующие мероприятия. Конгресс-центр будет способствовать формированию развитой инфраструктуры региона, обеспечивающей создание информационных ресурсов субъектов – как признак инновационной экономики.

На данном этапе к числу основных проблем, препятствующих масштабному и эффективному применению кластерных технологий, относятся следующие: недостаток информированности в вопросах применения кластерного подхода, отсутствие организационной и финансовой поддержки кластерных инициатив, методологической базы, обеспечивающей применение организационных кластерных технологий, отсутствие специалистов. Деятельность предложенных конгресс-центров будет направлена на решение данных проблем.

Региональный конгресс-центр может решать следующие задачи:

- изучение международного опыта в сфере функционирования кластеров;
- разработка рекомендаций для определения государственной политики в области формирования кластеров, создание комплексной системы поддержки и развития инновационной деятельности, анализ стратегических целей развития региона и разработка соответствующих программ;

- накопление и обработка статистических и аналитических данных о главных направлениях развития промышленности и науки в данном регионе;
- определение механизмов выделения средств для поддержки процесса создания кластеров и форм государственной поддержки;
- осуществление маркетинговых мероприятий в сфере подготовки конгрессных проектов, направленных на формирование кластерных коопераций;
- содействие проектам по совершенствованию материально-технической базы;
- выработка концептуального подхода к планированию по срокам и тематике приоритетных конгрессных мероприятий, оформление их общей идеологии;
- проведение мероприятий по подготовке специалистов в сфере применения кластерных технологий, совершенствование кадрового обеспечения.

Региональный конгресс-центр международного уровня должен располагать соответствующей инфраструктурой: транспорт, гостиницы, объекты питания, развлекательный и оздоровительный центры, управленческая инфраструктура (службы маркетинга, конгрессного сервиса, информационного обеспечения). Проблема создания конгресс-центра обладает признаками, характеризующими ее как комплексную, требующую межотраслевой координации и применения программно-целевых методов управления. К ним относятся следующие методы:

- масштабность проблемы развития конгрессной деятельности инновационной направленности, длительность сроков формирования кластеров;
- необходимость привлечения значительных инвестиционных ресурсов из бюджетных и внебюджетных источников для развития конгрессной индустрии;
- необходимость межведомственной координации, объединения усилий органов власти, корпоративных объединений конгрессного сообщества;
- необходимость согласования разнонаправленных экономических интересов хозяйствующих субъектов, органов власти, инвесторов, населения.

Все задачи могут успешно решаться с привлечением в качестве партнеров официальных, деловых и научных кругов региона. Важным инструментом системы государственной поддержки развития кластеров может служить реализация проектов в рамках федеральной адресной инвестиционной программы.

Регионы реализуют федеральные программы по принципу софинансирования. Значимые проекты могут получить организационную и финансовую поддержку со стороны федеральных органов власти путем интеграции мероприятий с действующими федеральными целевыми программами. Соинвесторами могут стать региональные органы власти и представители бизнес-структур.

Строительство конгресс-комплексов должно быть включено в программу стратегии развития страны, т.к. конгрессная деятельность – это работа с будущим.

Важно, чтобы появилась федеральная программа строительства конгрессных центров в регионах, эти проекты интересны в первую очередь муниципальным и федеральным властям. Важно обоснование возможности выделения средств из регионального бюджета. Наибольший эффект для создания конгресс-центров может дать централизованный подход, при котором значимые кластерные проекты получают поддержку федерального центра в рамках единой программы на условиях долевого софинансирования и в рамках региональных программ.

Основными *инициаторами* создания конгресс-центра могут стать органы исполнительной власти. Проекты конгресс-центров интересны в первую очередь государству: они поднимают престиж региона и страны в мире, приносят высокие доходы в местный бюджет. Участие государства является инструментом социально-экономического регулирования. В мире больше распространена схема, когда государству принадлежит значительная доля в конгресс-центрах.

По данным ИССА, 60% конгресс-центров в мире принадлежат государству, 35% - частным владельцам и 5% организованы на основе смешанного капитала.

Инвестирование на основе долевого участия государства и бизнес-структур является оптимальным. Возможен и вариант по примеру Крокус Экспо – частное инвестирование за счет собственного капитала владельца. Предпочтительным для региона, на наш взгляд, является первый вариант, при финансовых возможностях российского бизнеса вполне возможен и второй вариант. Строительство конгресс-центра будет стоить от 150 млн. долларов, конгрессного комплекса – от 300 млн. до 1 млрд., зависит от количества конгрессных объектов (выставочные павильоны, бизнес-центры, гостиницы). Окупаемость произойдет в течение 10-20 лет.

Эффективность функционирования центра складывается из эффективности проведенных за данный интервал времени мероприятий. Если после строительства конгресс-центра в нем не будут проводиться мероприятия, то его эффективность будет равняться нулю. Если будет проведено 30 мероприятий мирового уровня в течение нескольких лет, то эффективность будет чрезвычайно высока.

Для расчета экономической эффективности конгресс-центра необходимо оценить *эффективность мероприятий*, которые будут в нем проведены, сложить показатели и определить уровень экономической эффективности конгресс-центра.

Наилучшим показателем оценки эффективности функционирования собственности является прирост ее стоимости. Основой стоимости являются нематериальные активы, основные средства, персонал. Бюджетная эффективность от проведения конгрессных мероприятий складывается из многих показателей: доход от проведения мероприятия, аренда площадей, сопутствующие доходы и др.

Потенциальные города-кандидаты для создания региональных конгрессных центров: Новосибирск, Екатеринбург, Томск, Владивосток, Красноярск, Иркутск, Ростов-на-Дону, Краснодар, Казань, Самара.

Актуальной является задача управления конгресс-центром. Обосновано, что для эффективного управления конгрессным бизнесом наиболее приемлемой является *процессная модель*, дополненная *матричной организацией* при реализации мероприятий. Основные преимущества процессного подхода: четкая система взаимосвязей и соподчиненности подразделений, наделение сотрудников большими полномочиями, четкая система единоначалия, быстрая реакция на внешние условия, целевая ориентация, способность гибко перестраиваться.

Необходима гибкая система управления, поэтому наряду с процессной моделью базовым принципом организации конгрессной деятельности является *проектное управление*. Для этой цели разработан типовой технологический процесс организации конгрессных мероприятий, который носит универсальный характер. Последовательность действий регламентирована и меняется в зависимости от масштабов мероприятия. Сформулирована система менеджмента конгрессного мероприятия (Табл. 3).

Таблица 3. Структура подготовки типового конгрессного мероприятия

| Основные этапы  | Содержание работ  |
|---|---|
| 1. Начальный подготовительный этап (определение целей проекта и формирование его структуры) | 1.1. Определение общей концепции мероприятия, бизнес-плана. Составление бюджета мероприятия<br>1.2. Определение состава исполнителей работ<br>1.3. Формирование Оргкомитета мероприятия<br>1.4. Разработка предварительной программы<br>1.5. Формирование адресной базы участников проекта<br>1.6. Разработка фирменного стиля мероприятия<br>1.7. Подготовка и рассылка информационных писем<br>1.8. Подготовка рекламной кампании |
| 2. Основной подготовительный этап (выполнение работ, координация действий и исполнителей)   | 2.1. Прием заявок на участие и тезисов докладов, формирование предварительного списка участников<br>2.2. Формирование программы мероприятия<br>2.3. Издание программы и сборника трудов проекта<br>2.4. Проведение рекламной кампании   |
| 3. Завершающий подготовительный этап  | 3.1. Заказ гостиницы для иногородних участников<br>3.2. Организация культурной программы<br>3.3. Обеспечение мероприятия транспортом<br>3.4. Обеспечение иностранных участников переводом<br>3.5. Подготовка технического обеспечения мероприятия<br>3.6. Формирование состава Президиума мероприятия<br>3.7. Пресс-релиз, проведение пресс-конференции   |
| 4. Проведение мероприятия (обеспечение соответствия результатов целям)                      | 4.1. Встреча участников, расселение в гостинице<br>4.2. Регистрация участников, обеспечение билетами на отъезд, выдача рабочих материалов и бейджей<br>4.3. Организация питания и работы транспорта<br>4.4. Непосредственно проведение мероприятия  |
| 5. Заключительный этап  | 5.1. Составление отчета о проведении мероприятия<br>5.2. Оформление итоговых финансовых документов<br>5.3. Подготовка и рассылка благодарственных писем   |

**Основные выводы и результаты работы.** Исследование, проведенное автором, позволило сделать следующие основные выводы и предложения.

1. Конгрессная деятельность – самостоятельная отрасль экономики, важный инструмент инновационного развития региона, консолидации отраслевых рынков, повышения инвестиционной привлекательности.

На основе проведенного анализа выявлены наиболее перспективные сегменты конгрессной индустрии, определены проблемные зоны и тенденции дальнейшего развития отечественного конгрессного рынка с учетом мирового

опыта. Разработаны основные принципы системной организации конгрессной деятельности на основе создания специального координационного органа.

2. Конгрессная деятельность как механизм информационного обмена и распространения инноваций призвана играть значительно большую, чем сегодня, роль в формировании российских *кластеров*, ориентированных на формирование инновационной экономики регионов. В работе предложен механизм использования конгрессных мероприятий как мощного коммуникативного инструмента для создания, развития инновационных кластеров. Сформулированы принципы организации кластерно-ориентированных конгрессных мероприятий, которые должны иметь *межотраслевой и региональный* характер.

3. Разработана модель и принципы создания регионального Конгресс-центра как элемента формирования кластеров и катализатора эффективного развития конгрессной деятельности в регионе. Сформулированы рекомендации по управлению Конгресс-центром, предложен унифицированный алгоритм подготовки конгрессных мероприятий.

Конгрессная деятельность является катализатором инновационного развития регионов. Создание региональных конгресс-центров, ответственных за подготовку мероприятий инновационной направленности, должно рассматриваться как важный элемент государственной инновационной политики.

#### **Основные публикации по теме диссертации**

1. Пасмуров А.Я., Педыч Л.П. Роль конгрессной деятельности в развитии инновационной экономики. Научные труды Вольного экономического общества России. Том 129. №2, 2010.
2. Педыч Л.П. Конгрессная индустрия как перспективная отрасль российской экономики. Сократовские чтения 2009. Материалы 12-й ежегодной международной научной студенческой конференции. М.: МУМ, 2010.
3. Педыч Л.П. Конгресс-центр как ключевое звено в развитии инновационной экономики. Научные труды ВЭО России. Том 145. №1, 2011.
4. Педыч Л.П. Региональный Конгресс-центр как эффективный инструмент инновационной экономики. Научные труды ВЭО России. Том 157. №1, 2012.

Для заметок





