

**G.A. Karpova, T.A. Lavrova, V.V. Lavrov**

## **PROBLEMS AND PROSPECTS OF DEVELOPING CONGRESS-EXHIBITION ACTIVITY IN RUSSIAN FEDERATION**

**Galina Karpova** – Head of the Department of Economics and Management in Service Sector, St. Petersburg State University of Economics, Doctor of Economics, professor, St. Petersburg; **e-mail: dekanat205@yandex.ru.**

**Tatyana Lavrova** – professor, the Department of National Economy, St. Petersburg State University of Economics, Doctor of Economics, professor, St. Petersburg; **e-mail: dekanat205@yandex.ru.**

**Victor Lavrov** – senior lecturer, the Department of Management of Economic and Social Processes in Cinema and Television Industry, St. Petersburg State Institute of Cinema and Television, PhD in Economics, St. Petersburg; **e-mail: dekanat205@yandex.ru.**

*We consider characteristics of congress-exhibition activity in the Russian Federation and reveal the key problems and directions of further development of the sphere in question.*

*The rankings of countries and cities concerning congress activity are studied. We demonstrate the dynamics of indicators of congress-exhibition activity in Russia in 2013, 2016 as well as the dynamics of the development of specialized indoor exhibition complexes having the area of more than 5000 square meters in 2012-2016. We reveal the prospects of further development of congress-exhibition activity in Russia under modern conditions.*

**Keywords:** congress-exhibition activity; exhibitions; communication; information system; congress bureau; congresses; fairs; information resources; innovation technologies.

**Г.А. Карпова, Т.А. Лаврова, В.В. Лавров**

## **ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Галина Алексеевна Карпова** – зав. кафедрой экономики и управления в сфере услуг ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет», доктор экономических наук, профессор, г. Санкт-Петербург; **e-mail: dekanat205@yandex.ru.**

**Татьяна Анатольевна Лаврова** – профессор кафедры национальной экономики ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет», доктор экономических наук, профессор, г. Санкт-Петербург; **e-mail: dekanat205@yandex.ru.**

**Виктор Валерьевич Лавров** – доцент кафедры управления экономическими и социальными процессами в кино- и телеиндустрии ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный институт кино и телевидения», кандидат экономических наук, г. Санкт-Петербург; **e-mail: dekanat205@yandex.ru.**

*В статье рассмотрены особенности проведения конгрессно-выставочной деятельности в Российской Федерации, выявлены основные проблемы и направления дальнейшего развития в данной области.*

*Рассмотрены рейтинги стран и городов мира в области осуществления конгрессной деятельности. Представлена динамика показателей конгрессно-выставочной деятельности в России за 2013, 2016 годы и динамика развития специализированных выставочных комплексов с закрытой выставочной площадью более 5 000 м<sup>2</sup> в 2012–2016 годах. Выявлены перспективы дальнейшего развития конгрессно-выставочной деятельности в России в современных условиях.*

**Ключевые слова:** конгрессно-выставочная деятельность; выставки; коммуникации; информационная система; конгресс-бюро; конгрессы; ярмарки; информационные ресурсы; инновационные технологии.

Конгрессно-выставочная деятельность в современном глобальном мировом пространстве занимает важнейшие позиции и представляет одно из ведущих направлений коммуникации бизнес-процессов в условиях конкурентной среды.

Уже отмечалось в предыдущих публикациях, что «сегодня резко возросло число контактов между участниками международных рынков, увеличивается количество международных корпораций, и взаимодействие между участниками подобных структур становится все более интенсивным. В связи с этим повышается значение разнообразных деловых встреч, которые могут быть организованы как в виде конференций, конгрессов, форумов, так и в виде выставок, салонов (автомобильный, авиасалон и т.п.), показов новой техники, технологий и других форм деловых митингов. Конгрессно-выставочные мероприятия призваны привлекать в страну не только и не столько готовые продукты, а, прежде всего, технологические решения и инновации, которые позволяют отечественному производителю занять лидирующие позиции на отраслевых рынках, а также продвинуть российские компании на высокотехнологичные глобальные рынки» [4].

Роль конгрессно-выставочной деятельности в современной экономике огромна и, в основном, заключается в следующем:

- стимулирование структурных изменений в пользу наукоемких производств;
- формирование единого экономического пространства, где предусмотрена свобода перемещения товаров, услуг, технологий;
- обеспечение доступа к новым стандартам ведения бизнеса;
- обеспечение взаимоотношения между странами, регионами и международными рынками для развития экспортно-импортных операций и ведения бизнеса в целом;
- важнейшая составляющая в обеспечении сопоставимости национальной и мировой экономики, что ускоряет ее интеграцию в систему мирохозяйственных

связей;

- формирование современной системы коммуникационного взаимодействия с целью расширения возможностей продвижения товаров и услуг на международные рынки.

Международная Ассоциация конгрессов и конференций (ИССА) ежегодно публикует список стран и городов, в которых проходят международные конгрессно-выставочные мероприятия.

В табл. 1 представлен рейтинг стран мира по количеству конгрессно-выставочных мероприятий, проведенных в 2013 и в 2016 году.

По оценкам (ИССА) за 2013 год, рейтинг ведущих стран по проведению конгрессно-выставочной деятельности выглядит следующим образом: лидирующее положение занимают США (829), и данное лидерство было сохранено и в 2016 году с той лишь разницей, что количество проводимых мероприятий увеличилось на 105 и составило 934. При проведении сравнительного анализа данных по количеству проведенных конгрессно-выставочных мероприятий международного уровня в 2013 и 2016 годах можно сделать вывод, что в большинстве ведущих стран мира количество конгрессных мероприятий увеличилось. В первую пятерку стран лидеров в 2016 году входят: США (934), Германия (689), Великобритания (582), Франция (545), Испания (533). К сожалению, рейтинг России по версии Международной Ассоциации конгрессов и конференций (ИССА), в 2016 году снизился по сравнению с 2013 годом. Россия по числу проводимых мероприятий в 2016 году занимала 42 место в мире с общим количеством проведенных мероприятий – 76, что на 7 меньше, чем в 2013 году.

Список главных конгрессных городов возглавил Париж, где в 2013 году прошло 204 мероприятия, а в 2016 году – 196. В первую пятерку городов-лидеров по количеству проведенных конгрессных мероприятий в 2016 году входят: Париж (196), Вена (186), Барселона (181), Берлин (176), Лондон (153).

В табл. 2 представлен рейтинг веду-

щих городов мира по количеству конгрессно-выставочных мероприятий, проведенных в 2013 и в 2016 году.

Как видно из представленной таблицы, Москва и Санкт-Петербург вошли в первую сотню городов с наилучшими показателями по количеству проведенных конгрессно-выставочных мероприятий, однако в динамике можно заметить, что рейтинги ведущих городов России снижаются. В мировом рейтинге конгрессно-выставочных городов Москва с 68 места (34 конгрессных мероприятия) в 2013 году переместилась на 94 место (27) в 2016

году. Санкт Петербург с 79 места (32 конгрессных мероприятия) в 2013 году переместился на 88 место (29) в 2016 году.

По итогам проведенного сравнительного анализа позиций России в международной конгрессно-выставочной деятельности, можно сделать вывод, что необходимо внедрять новые подходы к активизации коммуникационных процессов для увеличения количества проводимых мероприятий в масштабах страны. Москва и Санкт-Петербург занимают весьма скромные позиции в рейтинге городов мира по количеству проводимых конгрессных ме-

*Таблица 1*

**Рейтинг стран мира по количеству конгрессно-выставочных мероприятий, проведенных в 2013 и в 2016 гг.**

Место в рейтинге	2013 год		Место в рейтинге	2016 год	
	Страна	Количество конгрессов		Страна	Количество конгрессов
1	США	829	1	США	934
2	Германия	722	2	Германия	689
3	Испания	562	3	Великобритания	582
4	Франция	527	4	Франция	545
5	Великобритания	525	5	Испания	533
6	Италия	447	6	Италия	468
7	Япония	342	7	Китай	410
8	Китай	340	8	Япония	410
9	Бразилия	315	9	Нидерланды	368
10	Нидерланды	302	10	Канада, Португалия	287
...			...		
40	Россия	83	42	Россия	76

Источник: по [5; 6].

*Таблица 2*

**Рейтинг городов мира по количеству конгрессно-выставочных мероприятий, проведенных в 2013 и в 2016 гг.**

Место в рейтинге	2013 год		Место в рейтинге	2016 год	
	Город	Количество мероприятий		Город	Количество мероприятий
1	Париж	204	1	Париж	196
2	Мадрид	186	2	Вена	186
3	Вена	182	3	Барселона	181
4	Барселона	179	4	Берлин	176
5	Берлин	178	5	Лондон	153
6	Сингапур	175	6	Сингапур	151
7	Лондон	166	7	Амстердам	144
8	Стамбул	146	8	Мадрид	144
9	Лиссабон	125	9	Лиссабон	138
10	Сеул	125	10	Сеул	137
...			..		
68	Москва	34	88	Санкт-Петербург	29
79	Санкт-Петербург	32	94	Москва	27

Источник: по [5; 6].

роприятий международного уровня, и ухудшение показателей в некотором случае связано с сокращением или отсутствием государственного финансирования и субсидирования данного направления деятельности.

Одним из важнейших документов, координирующих конгрессно-выставочную деятельность в Российской Федерации, является распоряжение Правительства РФ от 10 июля 2014 г. № 1273-р «О Концепции развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в РФ».

Как отмечено в Концепции, «в сфере выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации имеется ряд нерешенных проблем:

- действующая нормативно-правовая база не в полном объеме регулирует вопросы выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности и требует совершенствования действующих и разработки дополнительных нормативных правовых актов;

- материально-техническая база выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности недостаточно развита и не в полной мере соответствует международным требованиям;

- отсутствует эффективная система координации и государственной поддержки выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности;

- не развита целенаправленная работа по обеспечению участия Российской Федерации в тендерах на право организации и проведения международных конгрессных мероприятий;

- не разработана единая методика определения социально-экономической и бюджетной эффективности выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности;

- недостаточно широко применяется система проверки статистических показателей выставочных мероприятий (выставочный аудит), являющейся частью мировой системы выставочного аудита;

- отсутствует официальная статистика по выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности;

- требует дополнительного совершен-

ствования таможенное администрирование перемещения выставочных грузов через границу Российской Федерации;

- требуется развитие многоуровневой системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации профессиональных кадров в сфере выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности» [1].

Для решения выявленных проблем в Концепции развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в РФ разработаны мероприятия по основным направлениям, требующие скорейшей реализации. Одним из важнейших направлений совершенствования работы в данной области в Российской Федерации является информационное обеспечение выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности.

«Информационная система должна обеспечить учет выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий, их организаторов, состояния материально-технической базы и инфраструктуры выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности.

Функционирование информационной системы выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации должно обеспечиваться следующими информационными подсистемами:

- информационные ресурсы Торгово-промышленной палаты Российской Федерации и ее зарубежных представительств;

- единый портал внешнеэкономической информации Минэкономразвития России в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и информационные ресурсы торговых представительств Российской Федерации в иностранных государствах;

- информационные возможности межрегиональных ассоциаций экономического взаимодействия субъектов Российской Федерации, отраслевых ассоциаций и союзов экспортеров;

- информационные возможности федеральных органов исполнительной власти;

- информационные возможности российских дипломатических и консульских

представительств за рубежом.

Информационная система позволит организовать информационное обеспечение российских товаропроизводителей – потенциальных участников выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий – по широкому спектру представляющих практический интерес вопросов, в том числе с использованием информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и средств массовой информации.

Указанная система будет охватывать как подготовку и проведение выставок, ярмарок и конгрессов на территории Российской Федерации, так и содействие участию российских организаций в выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях за рубежом» [1].

Одним из современных направлений совершенствования конгрессной деятельности в России является организация Национального конгрессного бюро РФ.

«Следует отметить, что одной из причин создания Национального конгресс-бюро России стало положение дел в сфере развития делового туризма в России. Только по официальным экспертным оценкам доля России на мировом рынке международных деловых мероприятий составляет менее 1%. Российский сектор конгрессов, конференций и деловых встреч оценивается российскими экспертами примерно в 200–250 млн долларов по сравнению с мировым оборотом примерно в 880 млрд долларов. Из семи тысяч профильных ассоциаций со всего мира в России провели свои мероприятия менее 600. Это огромный потенциал, который необходимо развивать и приводить в соответствие с современными требованиями как с точки зрения решения социально-экономических задач развития страны, так и с позиций развития самой event-индустрии. Ключевыми задачами Национального конгресс-бюро России являются:

- разработка маркетинговой стратегии страны, продвижение территорий на международном уровне и привлечение в страну конгрессно-выставочных мероприятий;
- формирование единого окна для потенциальных международных организато-

ров встреч и конгрессно-выставочных мероприятий с целью их организации и проведения в РФ;

- создание и продвижение единого бренда России как удобного и благоприятного места для проведения международных конгрессно-выставочных мероприятий;

- развитие образовательных проектов, ориентированных на представителей event-индустрии;

- сертификация представителей event-индустрии и создание тематических рейтингов.

Следовательно, Россия, имея давние экономические и культурные связи, обладая огромным научно-производственным потенциалом и богатым культурным наследием, способна привлекать гораздо большее количество значимых международных деловых мероприятий из зарубежных стран» [3].

Исследование в области динамики показателей по осуществлению выставочной деятельности в России за 1 полугодие 2015 и 2016 года проводилось Российским союзом выставок и ярмарок (далее – РСВЯ). Сегодня в Российском союзе выставок и ярмарок 85 компаний-членов, в т.ч. 54 организатора, 29 компаний, содействующих развитию выставочного бизнеса и два владельца выставочных площадей, не являющихся организаторами выставок. Исследование РСВЯ подготовлено на основании данных по 213 сопоставимым выставкам, проходившим и в 2015 г. и 2016 г. «Средняя арендованная площадь одной выставки снизилась всего на 1,5% (при –17% в 2015 г.). Средняя выставочная площадь нетто сократилась на 9,4% (за аналогичный период 2015 г. – на 15%), но это в значительной степени обусловлено факторами «технического характера» – уменьшением площади спецэкспозиций двух проектов: «Московского Тюнинг Шоу» («Крокус Интернешнл»): в 2015 г. – 14600 кв. м, в 2016 г. – 0 кв. м; и «АвтоСиб» («АйТиИ Сибирь»): в 2015 г. – 19078 кв. м, в 2016 г. – 550 кв. м. Сокращение арендованной площади на 12% в первом квартале компенсировалось во втором. Темпы снижения числа экспонен-

тов также существенно замедлились по сравнению с прошлым годом. Общее число экспонентов упало на 1,9% (2015: –15%), иностранных – на 10,6% (–23%). Количество отечественных участников выросло на 0,4% (2015: –13%), посетителей – сократилось на 2,9% (2015: +1%)» [9].

В течение 2016 года члены РСВЯ провели около 900 выставок и ярмарок в 46 городах с участием примерно 100 тыс. экспонентов из 120 стран мира. Что касается конгрессной деятельности членов РСВЯ в 2016 году, то здесь также наблюдалась незначительная отрицательная динамика.

В табл. 3 представлена динамика показателей конгрессно-выставочной деятельности в РФ за период 2015–2016 гг.

Проведенный анализ показал снижение по всем основным показателям выставок при небольшом увеличении числа посетителей.

В настоящее время продолжает развиваться сотрудничество российских и зарубежных выставочных компаний. Так, фирма «Мессе Дюссельдорф Москва», представляющая в России одну из ведущих выставочных компаний мира Messe Duesseldorf (Германия), проводит три выставки совместно с российскими организаторами – «Казанской ярмаркой», «Кузбасской ярмаркой» (Новокузнецк) и «Металл-Экспо» (Москва). Компания «Франкфурт Мессе Рус», являющаяся

российским подразделением немецкого холдинга Messe Frankfurt, объединяет усилия с выставочным объединением «Рестэк», которое, в свою очередь, готовит совместные проекты с компаниями «Экспофорум Интернешнл» (Санкт-Петербург) и «Пермская ярмарка» [10].

Важное значение для развития конгрессно-выставочной деятельности в Российской Федерации имеет процесс увеличения современных выставочных комплексов и конгресс-площадок, оборудованных по новейшим технологическим требованиям, и развитие системы коммуникаций с использованием интернет-технологий, сетевых программ и других медиа-ресурсов.

В табл. 4 представлены данные о крупнейших выставочных комплексах Российской Федерации.

На основе проведенного исследования можно сделать вывод, что несмотря на экономические проблемы и финансовые сложности в России увеличивается количество современных конгрессно-выставочных центров. За период с 2012 по 2016 год закрытая выставочная площадь основных выставочных центров увеличилась на 610 341 м<sup>2</sup>. Прежде всего, это результат увеличения площадей «Крокус Экспо» и ввода в эксплуатацию современного международного конгрессно-выставочного центра «Экспофорум» в Санкт-Петербурге.

*Таблица 3*

**Динамика показателей конгрессно-выставочной деятельности в РФ за период 2015–2016 гг.**

№ п/п	Название показателя	2015	2016	Отклонение
1	Мероприятия конгрессного типа, всего	4571	4448	-123
2	В том числе мероприятия, сопровождающие выставочные проекты	4148	3990	-158
3	Самостоятельные мероприятия конгрессного типа, всего	423	558	535
4	В том числе мероприятия, сопровождаемые выставкой	192	171	-21
5	Годовой оборот от выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности, млрд. руб.	28,28	27,88	-0,4
6	Количество посетителей, млн чел.	7,4	7,6	0,2
7	Количество экспонентов	99 985	90 729	-9256
8	Общее количество проведенных выставочно-ярмарочных мероприятий	3142	2922	-220
9	Арендная выставочная площадь, м <sup>2</sup>	1544497	1397345	-147152

*Источник:* [10].

**Динамика развития специализированных выставочных комплексов членов РСВЯ с закрытой выставочной площадью более 5 000 м<sup>2</sup> в 2012–2016 годах**

№ п/п	Название выставочного комплекса	Город	Закрытая выставочная площадь, м <sup>2</sup>		Кол-во залов, павильонов
			2012 г.	2016 г.	
1	Крокус Экспо	Москва	214 661	701 800	68
2	Экспоцентр	Москва	105 000	105 000	33
3	Ленэкспо	Санкт-Петербург	40 000	40 000	9
4	ГАО ВВЦ	Москва	35 703	108 000	80
5	Кузбасская ярмарка	Новокузнецк	26 000	26 000	7
6	МосЭкспо	Москва	24 500	24 500	5
7	КВЦ «Сокольники»	Москва	21 918	23960	17
8	КраснодарЭКСПО	Краснодар	18 250	18250	8
9	Новосибирск Экспоцентр	Новосибирск	14 400	14 400	2
10	Нижегородская ярмарка	Нижний Новгород	12 000	12 000	8
11	МВДЦ «Сибирь»	Красноярск	10 640	11 000	5
12	ВертолЭкспо	Ростов-на-Дону	8 600	8 500	6
13	Казанская ярмарка	Казань	6 700	6 700	4
14	Пермская ярмарка	Пермь	5 300	4 200	1
15	Экспо-Волга	Самара	5 024	5 500	6
16	Балтик-Экспо	Калининград	5 000	5 000	1
17	Экспофорум	Санкт-Петербург	-	50 000	35
	<b>Всего</b>		<b>553 696</b>	<b>1 164 310</b>	<b>294</b>

*Источник:* по [2] и данным официальных сайтов представленных выставочных комплексов.

«Международный выставочный центр «Крокус Экспо» – одна из самых крупных и современных выставочных площадок мира, член Всемирной ассоциации выставочной индустрии UFI в категориях «Организатор выставок» и «Выставочный центр». Высокий статус комплекса подтвержден большим количеством его российских и зарубежных партнеров. Возможности «Крокус Экспо» позволяют реализовывать мероприятия любого масштаба и назначения: как промышленные выставки, так и международные салоны. «Крокус Экспо» – это многофункциональная бизнес-арена для проведения крупных международных и национальных выставок, конгрессных мероприятий и других масштабных и значимых событий. Выставочные площади позволяют адаптировать помещения под проекты любого формата и уровня сложности. «Крокус Экспо» сегодня – это более 900000 м<sup>2</sup>, на которых расположены три объединенные крытыми переходами павильона, закрытая выставочная площадь которых составляет 701800 м<sup>2</sup>, выставочные и конференц-залы, закрытые и открытые бесплатные

парковки, таможенный пост, оформляющий грузы прямо на территории «Крокус Сити» [7].

«Экспофорум» – новый конгрессно-выставочный центр, открывшийся в Санкт-Петербурге 7 октября 2014 года. Это самая современная в Европе и России площадка для проведения деловых и развлекательных мероприятий любого масштаба и формата – выставок, конгрессов, форумов, спортивных и культурных событий. Знак Super E в логотипе конгрессно-выставочного центра повторяет архитектуру комплекса: три выставочных павильона и конгресс-центр образуют четыре параллельных элемента Super E. «Экспофорум» построен в полном соответствии со стандартами Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI)» [8].

Как было отмечено в Концепции развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в РФ, дальнейшее развитие выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности необходимо осуществлять по следующим основным направлениям:

- совершенствование нормативно-пра-

вового регулирования;

- развитие современной выставочно-ярмарочной и конгрессной инфраструктуры;

- развитие и реализация механизмов и форм государственно-частного партнерства в выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности;

- совершенствование механизмов координации, стимулирования участия российских предприятий, особенно малого и среднего бизнеса, научно-исследовательских и образовательных учреждений в выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях, проводимых в России и за рубежом;

- развитие механизмов участия России во всемирных универсальных выставках «ЭКСПО» и борьбы за право организации указанных выставок в Российской Федерации;

- информационное обеспечение выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности;

- организация системы профессиональной подготовки кадров и стимулирование развития научно-технических исследований в сфере выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности [1].

В настоящее время в России имеется большое количество конгресс-залов в отелях, выставочных комплексов, других конгрессных площадок, но требования времени расставляют новые приоритеты, и часто вместо конгрессных мероприятий международного уровня, проводящихся в конкретном городе, применяются системы видеоконференций, заочного участия, других новых форм взаимодействия с учетом применения современных инновационных технологий и форм коммуникации. В настоящее время Интернет стал одним из наиболее эффективных каналов сбыта товаров и услуг. Активно используются информационные ресурсы Интернета и пользователями конгрессно-выставочных услуг. Все большее значение приобретают работы по созданию сайтов крупных конгрессно-выставочных центров, где каждый пользователь может получить необходимую информацию о мероприятиях, выставках, особенностях

участия и другую информацию. Часто используют так называемые e-mail рассылки по базе клиентов сообществ или компаний по организации и проведению конгрессной и выставочной деятельности. Перспективами дальнейшего развития можно назвать постоянное совершенствование технических условий проведения конгрессно-выставочных мероприятий и применение новых методов управления с использованием инновационных технологий. Перспективами дальнейшего развития выставочно-ярмарочной деятельности в условиях конкуренции и анализа огромных объемов информации можно назвать применение нейронных сетей с помощью нейрокомпьютинга в различных системах управления. В данной системе управления используется в качестве инструмента управления нейроконтроллер выставочно-ярмарочной деятельности, или нейронный робот. Нейронный робот согласно своему принципу действия имитирует процесс решения управленческих задач опытным руководителем. Такая имитация становится возможной благодаря особой компьютерной программе, предварительно составленной из реальных примеров обучения нейроробота. В итоге нейроконтроллер выставочно-ярмарочной деятельности учитывает все особенности операций, выполняемых менеджерами, и принимает решение на основе текущей (введенной в компьютер) информации без их непосредственного участия [11. С. 13]. Наиболее известными компьютерными системами управления выставками, применяемыми в западных странах для решения частных задач, являются CENTREX (система выставочной статистики, стандарты которой положены в основу стандарта UFI), APACS Expo (регистрация и подсчет посетителей). Среди известных программ выделяется также компьютерная подсистема планирования и определения эффективности проведения выставок, которая решает комплекс таких задач, как планирование оптимальных расходов на рекламу выставочного мероприятия при минимальных вложениях денежных средств, определение эффективности прошедшей выставки и т.д. В сово-



купности эти задачи дают мощную подсистему управления определенными задачами организации и проведения выставки. Комплексной также можно считать программу «EXPO 1001: рекламодатель» EXPONET-ЭКСПЕРТ. Применяется и программа CRM (Customers Relationship Management) – управление взаимоотношениями с клиентами. Естественно, основными целями использования такой системы на предприятии являются увеличение объема продаж продукции или услуг и увеличение прибыли. Также система позволяет сократить затраты и повысить производительность работы сотрудников компании [11. С. 38].

У экспонентов выставок существует необходимость ярко презентовать инновационные продукты/объекты на выставочном стенде, в этом случае эффективно использование 3D-предметных панорам. Выставочные мероприятия чаще всего ограничены по времени 3–5 днями. Виртуальная версия выставки может существовать неограниченное количество времени в виртуальном пространстве. Виртуальная выставка, реализованная в формате 3D по методической разработке портала [exhob6.ru](http://exhob6.ru), дает возможность не только ознакомиться с каталогом участников, но и в любое время стать посетителем выставки, пройти по залам, просмотреть презентации в любом формате: текстовом, аудио, видео; в деталях рассмотреть на стендах инновации, предложенные экспонентами на данной выставке.

Активно используется формирование специализированных или уже существующих социальных сетей для распространения информации о конгрессах и выставках, обмене мнениями. В качестве примера можно привести Всемирный экономический форум (Форум в Давосе), который развернул в New media очень бурную деятельность. Организаторы, понимая, что после окончания форума участникам сложно поддерживать и развивать деловые контакты и связи, запустили собственную социальную сеть, где можно обмениваться информацией, отправлять мини-биографии, создавать рабочие группы и пр. У форума есть аккаунты практи-

чески во всех ведущих социальных сетях (Twitter, Facebook, YouTube, MySpace, Livestream, Qik, Ning, LinkedIn, FriendFeed, Netvibes, Forumblog, Flickr, Scribd, Google Earth и др.), каждая из которых выполняет свои конкретные цели по продвижению и коммуникации. Кстати, аудитория Форума только в одной из сетей (Twitter) составляет более полутора миллионов человек [11. С. 75].

На основе приведенных примеров можно сделать вывод, что перспективы развития и совершенствования конгрессно-выставочной деятельности в Российской Федерации, как и во всем мире, связаны с эффективным внедрением IT-технологий, что будет способствовать большому охвату пользователей, увеличению скорости принятия управленческих решений, повышению качества предоставляемых конгрессно-выставочных услуг и увеличению прибыльности компаний.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Распоряжение Правительства РФ от 10 июля 2014 г. № 1273-р «О Концепции развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в РФ и плане мероприятий по реализации Концепции». Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
2. Выставочные комплексы России // Экспо ведомости. 2012. № 5–6. URL: <http://www.informexpo.ru/just/uni/14-15-Analys.pdf> (дата обращения: 26.09.2017).
3. *Калачев А.* Цель поставлена: на мировой уровень // Congress Time. 2017. № 5. URL: [http://pressa.ru/files/issue/private/congresstime/2017/05-2017/raw\\_issue/congresstime-2017-05-2017.pdf](http://pressa.ru/files/issue/private/congresstime/2017/05-2017/raw_issue/congresstime-2017-05-2017.pdf) (дата обращения: 26.09.2017).
4. *Карпова Г.А., Хорева Л.В., Попова Т.Н.* Рынок конгрессно-выставочных услуг: масштабы, тенденции, регулирование // Известия СПбГЭУ. 2014. № 6 (90). С. 76–84.
5. Международная Ассоциация конгрессов и конференций ICCA // Statistics Report 2013. Country & City Rankings. International Association Meetings Market. URL: <http://www.iccaworld.com/npps/story.cfm?nppage=3537> (дата обращения:

25.09.2017).

6. Международная Ассоциация конгрессов и конференций ICCA // Statistics Report 2016. Country & City Rankings. International Association Meetings Market. URL: <http://www.iccaworld.com/npps/story.cfm?nppage=3537> (дата обращения: 25.09.2017).

7. Официальный сайт Международного выставочного центра «Крокус Экспо». URL: <http://www.crocus-expo.ru/exhibitioncenter/about.php> (дата обращения: 26.09.2017).

8. Официальный сайт «ЭКСПОФОРУМ. Санкт-Петербург». URL: <http://expoforum-center.ru/organizatoram/preumushestva/> (дата обращения: 26.09.2017).

9. РСВЯ: Основные показатели выставочной деятельности за первое полуго-

дие 2016 года. По данным исполнительной дирекции РСВЯ // Экспо ведомости. 2016. № 3. URL: [http://www.informexpo.ru/just/uni/Expovedomosti\\_03\\_page\\_16-17\\_RUEF.pdf](http://www.informexpo.ru/just/uni/Expovedomosti_03_page_16-17_RUEF.pdf) (дата обращения: 26.09.2017).

10. РСВЯ: Основные показатели выставочной деятельности в 2016 года. По данным исполнительной дирекции РСВЯ // Экспо ведомости. 2017. № 1. URL: [http://www.informexpo.ru/just/uni/Expovedomosti-01-2017\\_08-10\\_RUEF.pdf](http://www.informexpo.ru/just/uni/Expovedomosti-01-2017_08-10_RUEF.pdf) (дата обращения: 26.09.2017).

11. *Фролов А.А., Бычков И.Г., Щербатский В.Б.* Управление выставочной деятельностью с использованием информационных технологий: монография / под общ. ред. проф., д-ра экон. наук Е.Д. Фроловой. Екатеринбург: Изд-во УрФУ, 2014. 100 с.