

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 – 2013

Работа выполнена на кафедре менеджмента Автономной некоммерческой организации высшего профессионального образования академии «Международный университет в Москве»

Научный руководитель: доктор экономических наук, профессор
декан факультета менеджмента АНОВПОА
«Международный университет в Москве»

Манюшис Альгирдас Юозович

Официальные оппоненты: доктор экономических наук, профессор
заведующий кафедрой менеджмента АНОВПОА
«Международный университет в Москве»

Кузин Дмитрий Владимирович

доктор экономических наук, профессор
Институт управления на транспорте, в индустрии
туризма и международного бизнеса ФГБОУ ВПО
«Государственный университет управления»

Прокудин Владилен Андреевич

Ведущая организация: ФГБОУ ВПО «Российский государственный
торгово-экономический университет»

Защита состоится 14 марта 2013 г. в 11.00 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 12 февраля 2013 года.

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.Салащенко, 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 проведенного 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 в регионах.

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 ICSSA (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 индустрия 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 как фактором инновационного развития региона» 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 установления и развития отношений между изготовителями товаров, поставщиками услуг и потребителями товаров и услуг, осуществляемая в процессе организации и проведения конгрессных мероприятий. Данные мероприятия представляют собой организованные встречи представителей стран, отраслей, профессий и организаций для обмена знаниями и опытом, 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 на данный момент 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 конгрессной индустрии строится на трех ключевых моментах: площадки (выставочные и конгресс-центры), профессиональные услуги по организации и обслуживанию мероприятий, 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*.

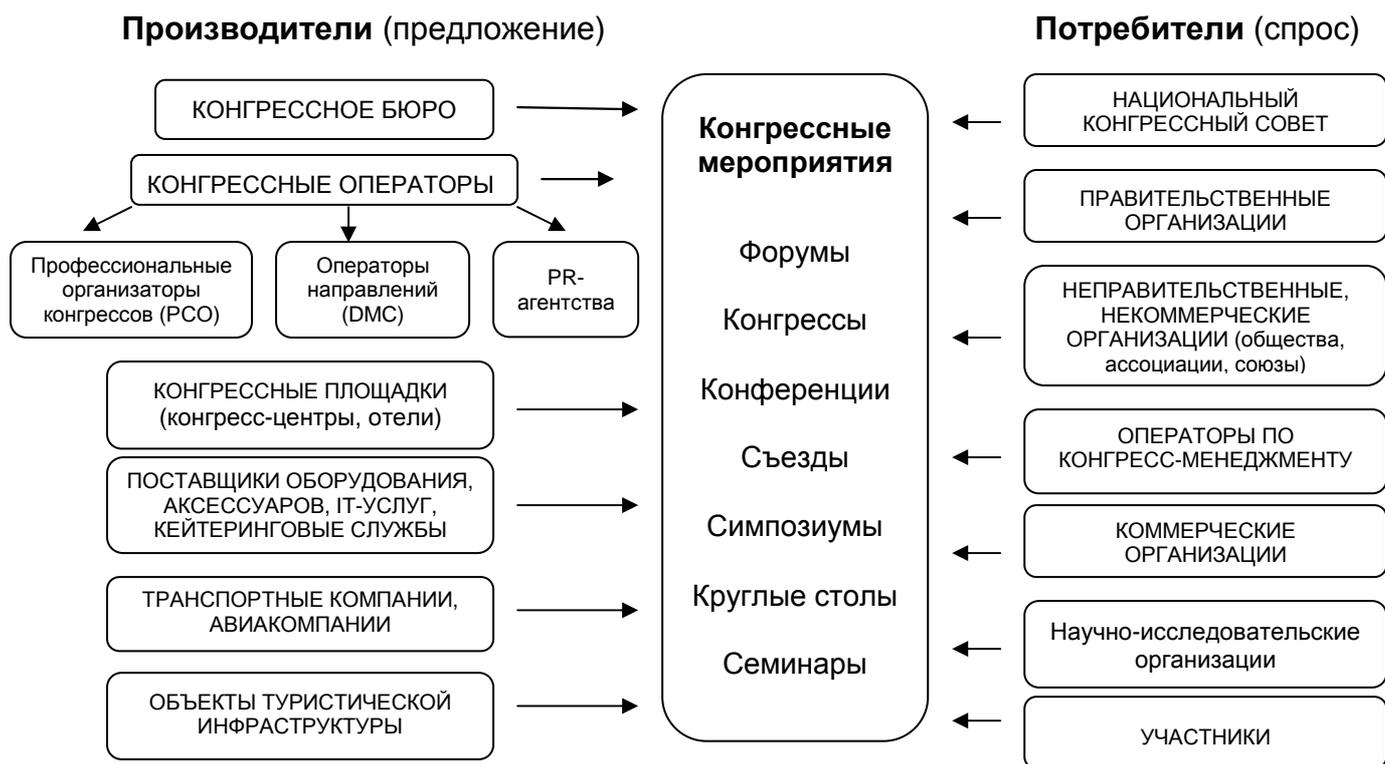
Взаимодействие между потребителями и производителями товаров и услуг для организации конгрессных мероприятий формирует конгрессный рынок.

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, далее Германия и Испания. Россия в 2011г. заняла 69 место. Среди городов Европы – Вена. Лидируют также Париж, Барселона, Сингапур и Берлин. Лидерами конгрессной индустрии в России являются Москва и Санкт-Петербург.

Основные площадки для проведения конгрессных мероприятий в Москве: Центр международной торговли 3 600 чел., Государственный Кремлевский Дворец съездов на 6 000 чел., Московский Дворец молодежи – 2 000 чел., Экспоцентр – 1 500 чел., 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) и конгресс-центр Крокус Экспо в Московской области. В Санкт-Петербурге один из ведущих конгрессно-выставочных центров – ВК «Ленэкспо» (2 500 чел.), место проведения Петербургского международного экономического форума. Реализуются проекты строительства конгрессно-выставочных центров «ЭкспоФорум», Санкт-Петербург и «Экспоцентр Внуково». Отсутствие площадей соответствующего качества является препятствием для организации полномасштабных мероприятий.

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

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.

Координация деятельности осуществляется также на уровне общественных структур, отраслевых союзов и ассоциаций, предпринимательских и выставочных союзов. Это Московская конфедерация промышленников и предпринимателей, Московский фонд поддержки малого предпринимательства, общественная организация «Московская ассоциация предпринимателей», Московская международная бизнес-ассоциация, Ассоциация инвесторов Москвы и др.

Эффективное развитие индустрии требует совместных скоординированных действий органов власти и всех структур конгрессного бизнеса. Государственная поддержка конгрессной деятельности заключается в формировании нормативно-правовой базы, координации деятельности со стороны государства и в развитии форм господдержки (организационная, информационная, финансовая).

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

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

Основными особенностями российского конгрессного рынка являются полная разобщенность отдельных участников рынка, отсутствие целенаправленной политики со стороны государства. Важно создание национального/городского Конгрессного бюро с целью организации активной маркетинговой деятельности по продвижению конгрессных возможностей страны на международном рынке.

На основании анализа сформулированы необходимые условия для развития конгрессной индустрии на федеральном уровне 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 Совета по координации конгрессно-выставочной деятельности при Правительстве России во главе с вице-премьером.
3. Создание национальной маркетинговой организации с официальным статусом представительства России на международном рынке – национальное (российское) Конгрессное бюро.
4. Формирование Плана конгрессных мероприятий федерального значения, проводимых на территории РФ при поддержке органов власти.
5. Разработка единого механизма координации конгрессной деятельности органов исполнительной власти, общественных организаций, отраслевых союзов, торгово-промышленных палат и профессиональных структур.
6. Участие в международных профессиональных конгрессных Ассоциациях.
7. Создание Национального конгрессного Совета: сбор, систематизация и анализ статистических данных, итоги научно-практических исследований.
8. Развитие конгрессной инфраструктуры и материально-технической базы. Создание современных конгрессных центров (столичных и региональных), соответствующих международным нормам и стандартам, развитие гостиничной и транспортной инфраструктуры.
9. Оптимизация финансовой политики, совершенствование ценообразования.
10. Информационное обеспечение конгрессной деятельности, издание специализированных печатных органов (например, «Россия конгрессная»).
11. 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 (учитывающая финансовые последствия для всех участников), экономическая (учитывающая затраты и результаты) и бюджетная (бюджеты всех уровней). Учитывается объем основных ресурсов: персонал, материально-техническая база, исключительные права на объекты интеллектуальной собственности.

Основные этапы оценки экономической эффективности:

- составление и анализ бюджета проекта;
- оценка реализуемости (техническая, экономическая), финансовая часть;
- анализ и оценка с помощью статических методов (значимыми методами являются метод эффективности инвестиций и срок окупаемости);
- анализ и оценка проекта с учетом дисконтирования (методы чистой приведенной стоимости, внутренней нормы доходности);
- соответствие проекта стратегическим целям (метод экспертных оценок).

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

Конгрессная деятельность имеет социально-экономическую значимость, высокий маркетинговый и коммуникационный эффект, обеспечивает условия для развития предпринимательской деятельности.

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, где 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.

Поддержка кластеров должна осуществляться по следующим направлениям: организация информационного обмена между участниками кластера, концентрация на единой территории и формирование единых каналов маркетингового продвижения брендов. Важны анализ рыночных тенденций, обобщение опыта, вопрос 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 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 национальный 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 1.2. Определение состава исполнителей работ 1.3. Формирование Оргкомитета мероприятия 1.4. Разработка предварительной программы 1.5. Формирование адресной базы участников проекта 1.6. Разработка фирменного стиля мероприятия 1.7. Подготовка и рассылка информационных писем 1.8. Подготовка рекламной кампании
2. Основной подготовительный этап (выполнение работ и координация действий)	2.1. Прием заявок на участие и тезисов докладов, формирование предварительного списка участников 2.2. Формирование программы мероприятия 2.3. Издание программы и сборника трудов проекта 2.4. Проведение рекламной кампании
3. Завершающий подготовительный этап	3.1. Заказ гостиницы для иногородних участников 3.2. Организация культурной программы 3.3. Обеспечение мероприятия транспортом 3.4. Обеспечение иностранных участников переводом 3.5. Подготовка технического обеспечения мероприятия 3.6. Формирование состава Президиума мероприятия 3.7. Пресс-релиз, проведение пресс-конференции
4. Проведение мероприятия (обеспечение соответствия результатов целям)	4.1. Встреча участников, расселение в гостинице 4.2. Регистрация участников, обеспечение билетами на отъезд, выдача рабочих материалов и бейджей 4.3. Организация питания и работы транспорта 4.4. Непосредственно проведение мероприятия
5. Заключительный этап	5.1. Составление отчета о проведении мероприятия 5.2. Оформление итоговых финансовых документов 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, механизм повышения инвестиционной привлекательности региона.

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

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

3. 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.

4. 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.