

4. Конягина, М. Н. Поддержка конгрессно-выставочной деятельности региона: опыт Санкт-Петербурга / М. Н. Конягина, Д. О. Громова, А. А. Полякова // Естественно-гуманитарные исследования. – 2020. – № 30(4). – С. 76-83.

5. Новожилова, И. Ю. Конгрессно-выставочная деятельность в условиях глобализации и развития двусторонних отношений между Китаем и Россией / И. Ю. Новожилова // Туристско-рекреационный потенциал и особенности развития туризма и сервиса : Материалы Международной научно-практической конференции студентов и аспирантов, Калининград, 29 апреля 2019 года / Под редакцией В.С. Корнеевца, Л.В. Семеновой. Том Выпуск 12. – Калининград: Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта, 2019. – С. 79-83.

6. Полякова, А. А. Конгрессно-выставочная деятельность - инструмент стимулирования инновационного развития предпринимательства в Санкт-Петербурге / А. А. Полякова // Научные труды Северо-Западного института управления РАНХиГС. – 2019. – Т. 10, № 3(40). – С. 179-188. – EDN TUTJUK.

7. Степанова, А. Ю. Эффективность конгрессно-выставочной деятельности университета в области инновационного развития региона / А. Ю. Степанова, О. Э. Кичигин // Актуальные проблемы экономики и менеджмента. – 2021. – № 1(29). – С. 132-137.

8. Стрельникова, Л. А. Управление человеческими ресурсами в условиях глобализации и цифровизации экономики : Учебное пособие / Л. А. Стрельникова, Е. Р. Счисляева, К. С. Плис. – Санкт-Петербург : федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский государственный морской технический университет", 2022. – 236 с.

DOI: 10.24412/1994-3776-2024-3-138-144

УДК: 338.48

**Д.А. Карпов**

## **Проблемы конгрессно-выставочной деятельности как фактора развития**

### **D. Karpov. Problems of congress and exhibition activity as a factor of development**

**Аннотация.** Настоящее исследование направлено на выявление и анализ ключевых проблем конгрессно-выставочной деятельности, препятствующих ее развитию в качестве фактора роста делового туризма, образовательной деятельности и межрегионального партнерства. На основе анализа российского и зарубежного опыта разработан комплекс рекомендаций по нивелированию данных проблем, что позволит повысить эффективность конгрессно-выставочной деятельности в качестве фактора развития делового туризма, образовательной среды и межрегионального партнерства.

**Ключевые слова:** конгрессно-выставочная деятельность, деловой туризм, образовательная деятельность, межрегиональное партнерство, инфраструктура, кадры, продвижение, конкурентоспособность.

**Abstract.** The present study is aimed at identifying and analyzing the key problems of congress and exhibition activities that hinder its development as a factor of growth of business tourism, educational activities and interregional partnership. Based on the analysis of Russian and foreign experience, a set of recommendations to level these problems has been developed, which will increase the effectiveness of congress and exhibition activities as a factor in the development of business tourism, educational environment and interregional partnership.

**Keywords:** congress and exhibition activity, business tourism, educational activity, interregional partnership, infrastructure, personnel, promotion, competitiveness.

---

**Карпов Дмитрий Анатольевич** – кандидат педагогических наук, доцент Высшей школы медиакоммуникаций и связей с общественностью, ученый секретарь университета, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

D. Karpov - Candidate of Pedagogy Sciences, Associate Professor of Graduate School of Media Communications and Public Relations, University academic secretary, Peter the Great St.Petersburg Polytechnic University

© Карпов Д.А., 2024

**Контактные данные:** 195251, Санкт-Петербург,  
ул. Политехническая, д. 29;  
e-mail: karpov\_da@spbstu.ru.

**Contact information:** 29 Polytechnicheskaya st.,  
Saint-Petersburg, 195251;  
e-mail: karpov\_da@spbstu.ru.

Проблема развития конгрессно-выставочной деятельности в современных условиях является крайне актуальной и значимой как для теории, так и для практики управления в сфере туризма и смежных отраслей. Конгрессно-выставочная деятельность выступает важным фактором, оказывающим существенное влияние на развитие делового туризма, образовательной среды и межрегионального партнерства. Актуальность темы исследования обусловлена рядом ключевых обстоятельств. Во-первых, конгрессно-выставочные мероприятия являются неотъемлемым элементом современной деловой среды, поскольку выступают эффективной площадкой для презентации инновационных продуктов и технологий, установления новых деловых контактов, обмена опытом и передовыми практиками. В условиях глобализации экономики и роста конкуренции, данный формат взаимодействия приобретает все большую значимость для развития бизнеса. Во-вторых, конгрессно-выставочная деятельность способствует расширению возможностей в сфере делового туризма, обеспечивая приток деловых посетителей в регионы проведения мероприятий. Это, в свою очередь, создает синергетический эффект для смежных отраслей, таких как гостиничный и ресторанный бизнес, транспортная инфраструктура, событийный маркетинг и т.д. Повышение туристической привлекательности территорий благодаря проведению конгрессно-выставочных мероприятий является важным фактором их социально-экономического развития. В-третьих, конгрессно-выставочная деятельность выступает катализатором расширения образовательной среды и межрегионального сотрудничества. Участие в специализированных мероприятиях, презентация научных разработок и образовательных программ позволяет вузам, научным организациям и учебным центрам привлекать дополнительные ресурсы, а также укреплять профессиональные контакты и партнерские связи. Несмотря на очевидную значимость конгрессно-выставочной деятельности, в современных условиях ее развитие сталкивается с рядом серьезных проблем и ограничений. К наиболее существенным из них можно отнести: недостаточную инфраструктурную обеспеченность регионов, низкий уровень профессиональной подготовки кадров, недостаточную информационную поддержку и продвижение мероприятий, а также высокую конкуренцию на рынке выставочно-конгрессных услуг. Решение данных проблем требует разработки новых подходов и механизмов государственно-частного партнерства, совершенствования нормативно-правовой базы, активизации деятельности профессиональных ассоциаций и союзов. В этой связи, проведение комплексного научного исследования, посвященного проблемам развития конгрессно-выставочной деятельности, представляется весьма актуальным и своевременным. Научная новизна работы заключается в разработке теоретико-методологических основ исследования конгрессно-выставочной деятельности как фактора развития делового туризма, образовательной среды и межрегионального партнерства. Впервые будет проведен комплексный анализ существующих проблем и ограничений в данной сфере, а также предложены механизмы их решения с учетом лучших российских и зарубежных практик. Практическая значимость работы заключается в возможности использования полученных результатов органами государственной власти и местного самоуправления при разработке стратегий и программ развития конгрессно-выставочной деятельности на региональном и муниципальном уровнях. Кроме того, предложенные рекомендации могут быть применены менеджментом выставочных операторов, организаторами конгрессно-выставочных мероприятий, а также руководителями туристических, образовательных и иных профильных организаций.

Конгрессно-выставочная деятельность в современном мире приобретает все большую значимость, превращаясь в один из ключевых факторов, определяющих развитие таких

важных сфер, как деловой туризм, образование и межрегиональное сотрудничество. Рассматривая взаимосвязь конгрессно-выставочной деятельности и делового туризма, следует отметить, что проведение различных форумов, съездов, конференций и специализированных выставок является мощным драйвером привлечения деловых посетителей в регионы их организации. Деловые туристы, приезжающие для участия в таких мероприятиях, создают существенный спрос на сопутствующие услуги - проживание в гостиницах, питание в ресторанах, трансфер и другие виды транспортного обслуживания. Этот дополнительный турпоток обеспечивает высокую загрузку предприятий индустрии гостеприимства, а также способствует развитию сопутствующих отраслей региональной экономики. Кроме того, проведение крупных конгрессно-выставочных мероприятий нередко становится импульсом для реализации масштабных инфраструктурных проектов в принимающем регионе, что в долгосрочной перспективе повышает его инвестиционную привлекательность и туристический потенциал. Не менее значимо влияние конгрессно-выставочной деятельности на развитие образовательной среды. Участие в профильных форумах, презентация новейших научных разработок и образовательных программ открывает широкие возможности для вузов, научно-исследовательских организаций и учебных центров в плане расширения связей с потенциальными партнерами, привлечения дополнительного финансирования, а также популяризации собственного бренда. Благодаря организации конгрессно-выставочных мероприятий, образовательные учреждения получают уникальный шанс продемонстрировать свой потенциал, установить деловые контакты с представителями бизнеса и власти, а также определить перспективные направления развития в соответствии с запросами рынка. Не менее значимыми являются возможности конгрессно-выставочной деятельности в качестве драйвера межрегионального партнерства. Проведение совместных форумов, съездов и выставок на межрегиональном и международном уровнях способствует укреплению связей между различными территориями, обмену опытом и знаниями, а также реализации совместных проектов в сферах экономики, культуры, туризма и других отраслях. Налаживание подобных коммуникаций между регионами и странами открывает новые горизонты для сотрудничества, ведет к росту инвестиционной активности, расширению рынков сбыта и, в конечном счете, повышению конкурентоспособности всех участников.

В основе методологии данного исследования лежит комплексный подход, предполагающий использование широкого спектра общенаучных и специальных методов. Системный анализ позволяет рассматривать конгрессно-выставочную деятельность как сложную многоуровневую систему, находящуюся во взаимосвязи с другими элементами социально-экономической среды - индустрией делового туризма, сферой образования, механизмами межрегионального сотрудничества. Это дает возможность всесторонне изучить ее функционирование, выявить ключевые факторы и закономерности развития. Метод научной абстракции применяется для выделения наиболее существенных проблем конгрессно-выставочной деятельности, определяющих ее влияние на смежные отрасли. Данный подход способствует концентрации внимания на ключевых вопросах и поиску путей их решения. Методы анализа и синтеза используются для детального исследования отдельных аспектов конгрессно-выставочной деятельности (инфраструктурное обеспечение, кадровое обеспечение, маркетинговое продвижение и др.) и их последующей интеграции в целостную картину. Это позволяет сформировать комплексное представление об изучаемом феномене и разработать научно обоснованные рекомендации по его развитию. Сравнительный метод применяется для сопоставления российского и зарубежного опыта организации и развития конгрессно-выставочной деятельности, а также ее влияния на деловой туризм, образовательную среду и межрегиональное партнерство. Данный подход дает возможность выявить как общие тенденции, так и специфические особенности, характерные для различных стран и регионов. Историко-логический метод позволяет

проследить эволюцию конгрессно-выставочной деятельности, выявить закономерности ее трансформации под влиянием социально-экономических, технологических и институциональных факторов. Это создает основу для разработки перспективных моделей развития данной сферы. Комплексное применение описанных методологических подходов обеспечивает всестороннее изучение проблем конгрессно-выставочной деятельности и ее влияния на развитие делового туризма, образовательной среды и межрегионального партнерства. Это создает прочную основу для разработки научно обоснованных рекомендаций по совершенствованию данной сферы.

Конгрессно-выставочная деятельность является многогранным феноменом, представляющим собой сложную многоуровневую систему, находящуюся в тесном взаимодействии с различными элементами социально-экономической среды. В основе конгрессно-выставочной деятельности лежит целый комплекс взаимозависимых компонентов. Это, прежде всего, организационные структуры, такие как выставочные операторы, event-агентства и профессиональные ассоциации. Ключевую роль также играет материально-техническая база - конгрессно-выставочные центры, объекты размещения, предприятия питания и транспортная инфраструктура. Важным элементом системы выступают кадровые ресурсы, включающие менеджеров, маркетологов, организаторов мероприятий и технических специалистов. Неотъемлемой частью конгрессно-выставочной деятельности являются информационно-коммуникационные технологии - системы бронирования, CRM-платформы и цифровые каналы продвижения [1]. Наконец, комплекс маркетинговых инструментов - реклама, PR, продажи и стимулирование участия - обеспечивает продвижение данных услуг на рынке. Все эти компоненты находятся в тесном взаимодействии, образуя сложную многоуровневую систему. Изменения в одном из элементов неизбежно влекут трансформацию всей системы, что делает ее чрезвычайно чувствительной к внешним воздействиям. Важной особенностью конгрессно-выставочной деятельности является ее тесная интеграция с другими элементами социально-экономической среды. Прежде всего, она оказывает существенное влияние на развитие индустрии делового туризма, выступая мощным генератором потока деловых посетителей и стимулируя спрос на сопутствующие услуги - размещение, транспорт, питание и т.д. Кроме того, конгрессно-выставочная деятельность тесно связана со сферой образования, являясь платформой для проведения научных конференций, презентации образовательных программ и установления партнерских связей между учебными заведениями. Наконец, организация и проведение совместных конгрессно-выставочных мероприятий выступает ключевым фактором, способствующим развитию межрегионального и международного сотрудничества. Такие события стимулируют установление деловых контактов, обмен опытом и реализацию совместных проектов между различными территориями.

Проведенное исследование позволило выявить ряд ключевых проблем, с которыми сталкивается конгрессно-выставочная деятельность в современных условиях. Одной из наиболее острых проблем является недостаточная инфраструктурная обеспеченность регионов, проявляющаяся в нехватке качественных конгрессно-выставочных площадок, сопутствующих объектов размещения, питания и транспортного обслуживания. Это существенно ограничивает возможности для проведения крупномасштабных мероприятий и снижает их привлекательность для потенциальных организаторов и участников, оказывая негативное влияние на развитие делового туризма. Другой серьезной проблемой выступает недостаточный уровень профессиональной подготовки кадров, занятых в сфере конгрессно-выставочной деятельности. Дефицит квалифицированных менеджеров, маркетологов, event-организаторов и технических специалистов сдерживает развитие отрасли, снижает качество предоставляемых услуг и ограничивает возможности для эффективного взаимодействия с образовательными учреждениями. Немаловажной проблемой является недостаточная информационная поддержка и продвижение конгрессно-выставочных мероприятий. Слабая

освещенность в СМИ, ограниченное использование современных digital-технологий, незначительные инвестиции в имиджевое продвижение зачастую не позволяют обеспечить необходимый уровень узнаваемости и привлекательности для потенциальных участников, снижая возможности для развития делового туризма и межрегионального партнерства [5]. Кроме того, конгрессно-выставочная деятельность сталкивается с высокой конкуренцией на рынке данных услуг, как на национальном, так и на международном уровне. Борьба за привлечение крупных мероприятий требует от организаторов постоянного совершенствования своего предложения, поиска новых уникальных форматов, расширения спектра сопутствующих услуг, что непосредственно влияет на развитие смежных отраслей. Решение обозначенных проблем предполагает разработку комплексных мер, включающих совершенствование нормативно-правовой базы, развитие государственно-частного партнерства, повышение квалификации кадров, активизацию деятельности профессиональных ассоциаций, а также масштабные инвестиции в инфраструктуру и маркетинговое продвижение конгрессно-выставочных мероприятий.

Результаты проведенного исследования позволили разработать всеобъемлющий комплекс рекомендаций, направленных на преодоление ключевых проблем, препятствующих эффективному функционированию конгрессно-выставочной деятельности в качестве фактора развития делового туризма, образовательной среды и межрегионального партнерства.

Для решения проблемы недостаточной инфраструктурной обеспеченности регионов необходимо сосредоточиться на реализации ряда взаимосвязанных мер. В первую очередь, важно разработать и внедрить систему стимулов, способствующих привлечению частных инвестиций в строительство и модернизацию конгрессно-выставочных центров, соответствующих современным международным стандартам. Кроме того, следует обеспечить комплексное развитие сопутствующей инфраструктуры - объектов размещения, предприятий питания, транспортной доступности и прочих элементов, необходимых для полноценного обслуживания участников конгрессно-выставочных мероприятий. Также ключевую роль играет формирование региональных программ развития конгрессно-выставочной деятельности, интегрированных в стратегии социально-экономического развития территорий.

Для преодоления дефицита квалифицированных специалистов в сфере конгрессно-выставочной деятельности следует разработать и внедрить профессиональные стандарты, определяющие требования к компетенциям менеджеров, маркетологов, организаторов мероприятий и других категорий персонала. Помимо этого, необходимо сформировать систему непрерывной подготовки и повышения квалификации кадров, включая развитие профильных образовательных программ. Особое внимание стоит уделить стимулированию межведомственного взаимодействия между профильными вузами, отраслевыми ассоциациями и бизнес-сообществом для обеспечения высокого уровня кадрового потенциала.

Для усиления информационной поддержки и эффективного продвижения конгрессно-выставочных мероприятий следует активизировать использование современных digital-каналов, социальных сетей и других инструментов маркетинговых коммуникаций [6]. Кроме того, необходимо реализовать комплексные имиджевые кампании, направленные на популяризацию российских конгрессно-выставочных площадок на внутреннем и внешнем рынках. Важным аспектом также является обеспечение широкого освещения значимых событий в федеральных и региональных средствах массовой информации.

Для повышения конкурентоспособности конгрессно-выставочной деятельности на международном рынке целесообразно стимулировать внедрение инновационных подходов к организации и проведению мероприятий, а также передовых технологий. Кроме того, необходимо развивать межрегиональное и международное сотрудничество, способствующее

обмену лучшими практиками в данной сфере. Не менее важным является совершенствование нормативно-правового регулирования отрасли с учетом современных тенденций.

Комплексная реализация описанных рекомендаций, охватывающих ключевые проблемы конгрессно-выставочной деятельности, позволит значительно повысить ее эффективность в качестве фактора развития делового туризма, образовательной среды и межрегионального партнерства. Данные меры будут способствовать раскрытию значительного потенциала конгрессно-выставочной сферы и обеспечению ее устойчивого развития.

Рассматривая зарубежный опыт в рамках исследования, можно предложить также комплекс рекомендаций по нивелированию ключевых проблем конгрессно-выставочной деятельности, препятствующих ее эффективному функционированию. Одним из наиболее успешных международных примеров развития конгрессно-выставочной инфраструктуры является опыт Германии. Немецкая модель предусматривает активное государственно-частное партнерство, в рамках которого органы власти предоставляют разнообразные стимулы (налоговые льготы, субсидии, гарантии) для привлечения инвестиций в строительство и модернизацию современных конгрессно-выставочных центров. Кроме того, уделяется особое внимание развитию сопутствующей инфраструктуры - гостиничного фонда, предприятий питания, доступности транспортных коммуникаций. Данный подход может быть адаптирован к российским реалиям с целью преодоления проблемы недостаточной инфраструктурной обеспеченности регионов [3]. Успешный зарубежный опыт в области кадрового обеспечения демонстрируют Соединенные Штаты Америки. Там действует развитая система профессиональной подготовки и повышения квалификации специалистов конгрессно-выставочной сферы, включающая не только вузовское образование, но и корпоративные программы, тренинги, сертификацию. Кроме того, широко практикуется межведомственное взаимодействие между профильными учебными заведениями, отраслевыми ассоциациями и бизнес-сообществом [4]. Адаптация данного опыта позволит преодолеть дефицит квалифицированных кадров в российской конгрессно-выставочной отрасли. Интересный пример информационной поддержки и продвижения конгрессно-выставочных мероприятий демонстрирует Великобритания. Там реализуются комплексные имиджевые кампании под единым брендом "Business Visits & Events", активно использующие современные digital-инструменты и социальные медиа. Кроме того, обеспечивается широкое освещение значимых событий в ведущих национальных и международных СМИ. Применение подобной практики в России будет способствовать усилению информационной поддержки конгрессно-выставочной деятельности. Повышение конкурентоспособности российской конгрессно-выставочной сферы на международном рынке также возможно за счет изучения и внедрения передового зарубежного опыта. Например, в Сингапуре активно внедряются инновационные технологии (AR, VR, IoT) в организацию мероприятий, а в Китае практикуется стимулирование межрегионального и международного сотрудничества, обмена лучшими практиками [2]. Адаптация подобных подходов позволит усилить конкурентные преимущества российских конгрессно-выставочных площадок.

Проведенное исследование позволило выявить ключевые проблемы конгрессно-выставочной деятельности, определяющие ее влияние на развитие смежных отраслей - делового туризма, межрегионального партнерства и образовательной среды. К их числу относятся недостаточная инфраструктурная обеспеченность, дефицит квалифицированных кадров, недостаточная информационная поддержка, а также высокая конкуренция на международном рынке. Разработанные рекомендации по преодолению данных проблем могут быть использованы органами государственной власти и местного самоуправления при формировании стратегий и программ развития конгрессно-выставочной деятельности, а также менеджментом профильных организаций, ответственных за проведение деловых, научных и культурно-просветительских мероприятий. Комплексный подход к

совершенствованию конгрессно-выставочной деятельности, учитывающий ее влияние на динамику делового туризма, межрегионального партнерства и образовательной среды, позволит повысить эффективность функционирования данного важного сектора экономики и обеспечить реализацию его значительного потенциала в качестве ключевого фактора социально-экономического развития.

#### Литература

1. Бугаева В. Н. Конгрессно-выставочная деятельность на Дальнем Востоке после пандемии COVID-19 / В. Н. Бугаева // XXXIV Международные Плехановские чтения : Сборник статей студентов В четырех томах, Москва, 29–31 марта 2021 года. Том 1. – Москва: Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, 2021. – С. 23-25.
2. Глухов В. В. Цифровая трансформация экономических систем: факторы и показатели / В. В. Глухов, А. В. Бабкин, Е. В. Шкарупета // 30-летие программы ЮНЕСКО «УНИТВИН»: вклад в развитие образования, науки и культуры : Материалы конференции Санкт-Петербургского Международного экономического форума на базе Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого 17 июня 2022 года, Санкт-Петербург, 17 июня 2022 года. – Санкт-Петербург: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого", 2022. – С. 58-60.
3. Зуева Я. И. Конгрессно-выставочная деятельность как форма международного сотрудничества / Я. И. Зуева // Наука и просвещение: актуальные вопросы, достижения и инновации : сборник статей X Международной научно-практической конференции, Пенза, 30 мая 2023 года. – Пенза: Наука и Просвещение (ИП Гуляев Г.Ю.), 2023. – С. 288-290.
4. Карпов Д. А. Особенности развития конгрессно-выставочной деятельности в рамках общемировой цифровизации / Д. А. Карпов // Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований. – 2023. – № 4. – С. 34-40.
5. Полякова А. А. Конгрессно-выставочная деятельность - инструмент стимулирования инновационного развития предпринимательства в Санкт-Петербурге / А. А. Полякова // Научные труды Северо-Западного института управления РАНХиГС. – 2019. – Т. 10, № 3(40). – С. 179-188.
6. Степанова А. Ю. Конгрессно-выставочная деятельность как элемент механизма инновационного развития / А. Ю. Степанова, О. Э. Кичигин // Инновационная экономика и менеджмент: методы и технологии : сборник статей участников V Международной научно-практической конференции, Москва, 10–11 ноября 2020 года. – Москва: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова Издательский Дом (типография), 2020. – С. 457-462.