

# РАЗВИТИЕ РЫНКА КОНГРЕССНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ

(ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ МАТЕРИАЛ)

*Представленный материал содержит актуальные данные о состоянии конгрессной деятельности в Москве, раскрывает основные факторы, способствующие и препятствующие развитию конгрессной отрасли в России, анализирует конкурентоспособность отечественных профессиональных организаторов конгрессов на международном рынке MICE-индустрии.*

**Ключевые слова:** рынок конгрессной деятельности, MICE-индустрия, выставочно-конгрессный бизнес, инфраструктура конгрессных мероприятий, профессиональные организаторы конгрессов.

Конгрессную деятельность можно определить как предпринимательскую деятельность, осуществляемую в процессе организации и проведения конгрессных мероприятий и направленную на создание благоприятных условий для персонализированного обмена информацией, деловых и научных контактов, с целью установления и развития отношений между производителями и потребителями товаров, работ, услуг и технологий. Структурно конгрессную деятельность можно отнести к индустрии MICE (Meeting Incentive Conference Events).

О востребованности конгрессных мероприятий, усилении интереса к ним представителей государственных структур, руководителей компаний и предпринимателей свидетельствует возросшее число конференций и конгрессов. Деловое обсуждение конкретных вопросов промышленности, производства, науки привлекает внимание широкого круга общественности к проблемам государств, регионов, отраслей экономики. Конгрессные мероприятия, проведенные на высоком, в том числе и международном уровне, способствуют развитию новых контактов, привлечению новых партнеров

и инвестиций, выходу предприятий на новые рынки.

Наряду с выставками и ярмарками, конгрессы и конференции являются бесприоритетными, так как способствуют повышению эффективности бизнеса и узнаваемости компаний на рынке. С докладами здесь выступают ведущие специалисты своих отраслей, которые детально разбираются в спектре обсуждаемых проблем и могут дать исчерпывающие ответы на вопросы участников. Кроме того, в рамках любого отраслевого мероприятия собираются эксперты, представители государственных структур, предприниматели, которые имеют уникальную возможность коллективно обсудить интересующие их темы, разработать новые идеи.

Сегодня в мире конгрессная деятельность признана одним из самых эффективных механизмов делового информационного взаимодействия, это перспективная и динамично развивающаяся отрасль экономики. При наличии собственной инфраструктуры и материально-технической базы конгрессная деятельность является эффективным инструментом стимулирования работы ассоциаций, научных организаций, предприятий различных сфер и органов государственной

власти. Во всем мире именно активная конгрессная деятельность во многом способствует развитию инфраструктуры городов, преумножению доходов их бюджетов, повышению имиджа регионов в качестве международных культурных и деловых центров.

## Рынок конгрессной деятельности в России

Становление конгрессного рынка как отдельной, специализированной и перспективной отрасли в настоящее время происходит и в России. Необходимость в этом осознают и участники рынка, и органы государственной власти, заинтересованные в социально-экономическом развитии как отдельных регионов, так и страны в целом.

Фактором растущего спроса на данные услуги является то, что экономика России идет по пути устойчивого развития, это в свою очередь инициирует деловую активность различных отраслей бизнеса и общественных организаций внутри страны, а также привлекает внимание иностранных корпораций и компаний к отечественным рынкам и его участникам в части партнерства и инвестирования.

Российский рынок конгрессного туризма развивающийся, ненасыщенный. Конкуренция здесь пока недостаточно велика в связи с малым количеством участников — компаний, предлагающих услуги по организации совещаний и конференций международного уровня. Для них это перспективное направление бизнеса.

Оборот отечественного рынка конференций по некоторым оценкам составляет около 20 млн долл. в год. В ближайшем будущем его потенциал — 40 млн долл.

Рынок конференций на сегодняшний день — один из самых быстрорастущих. Из-за того что барьеры для входа на рынок низкие, влияние регуляторов минимально, он будет расти за счет:

- новых игроков (как российских, так и зарубежных компаний);

- солидных компаний, диверсифицирующих свой бизнес;

- крупных выставочных компаний, располагающих выставочно-конгрессными площадями;

- появления специализированных конгрессных центров, имеющих большие конгрессные площади и соответствующую развитую инфраструктуру.

Эксперты считают, что к упомянутому «потолку» в 40 млн. долл. рынок конференций подойдет довольно быстро. После чего определятся формы конкурентной борьбы. Но уже сейчас очевидно, что средств ведения этой борьбы будет как минимум три:

- сравнимое качество за меньшую цену (в том числе предоставление полного цикла услуг);

- массированная реклама;

- профессиональная армия сотрудников.

Рентабельность рынка по разным оценкам составляет от 30 до 70%. Она зависит от многих факторов и в весьма значительной степени — от фигуры основного докладчика, чей статус может обеспечить до 100% рентабельности мероприятия.

Следует также учитывать, что инвестиции в выставочно-конгрессный бизнес гарантируют 5–7-кратный сопряженный экономический эффект в таких смежных секторах, как транспорт и торговля, рестораны и гостиницы; полиграфия и реклама дают десятки тысяч новых рабочих мест. Правительства многих стран мира, региональные и местные власти целенаправленно содействуют созданию в своих городах соответствующей инфраструктуры, совершенствованию транспортной системы, строительству гостиниц.

Мероприятия с числом участников более 3 тыс. человек, составляющие порядка 15% от общего количества проводимых в мире конгрессов, дают принимающим странам почти 50% совокупного дохода от международного конгрессного рынка. Подобный экономический эффект — еще один довод в пользу того, что на федеральном уровне

следовало бы сосредоточиться на привлечении в страну именно таких форумов.

В России отсутствует официальная статистика деловых мероприятий. Согласно разным источникам в среднем их заявляется от 1,5 до 3,5 тыс. ежегодно. Информацию о том, что в итоге состоялось и как, практически невозможно получить в систематизированном виде.

В мировой практике такие задачи являются функциональными обязанностями Конгрессных бюро. В настоящее время в России подобного рода структур нет.

Примерно 2/3 деловых событий — это семинары, собирающие в среднем 50–100 человек. Около 1/4 проводимых деловых мероприятий — конференции, на которых число участников составляет от 50 до 200 человек.

Статистическая отчетность в России затруднительна, так как не существует четкой границы рынка конгрессной деятельности, отделяющей ее от выставочных и MICE-услуг. Разработан российский стандарт «Конгрессная деятельность: термины и определения», его утверждение планируется 1 января 2011 г.

### Международный рынок конгрессной деятельности

На мировой арене Россия теряет свои позиции как место проведения крупных международных конгрессных мероприятий. После волны интереса к нашей стране в начале 90-х годов прошлого века наблюдается сокращение числа проведения подобных мероприятий и в Москве (и в России в целом). Согласно данным Международной ассоциации конгрессов и конференций (International Congress and Convention Association — ICCA), доля России на мировом рынке международных конгрессных мероприятий за последние 10 лет снизилась почти в 2 раза и сегодня составляет менее 1%. По всей стране за год проводится примерно столько же крупных конгрессов как, например, в Кейп-

тауне или Мюнхене, и в 3 раза меньше, чем в Париже.

Тому есть несколько причин:

- неразвитая материальная база и инфраструктура конгрессных мероприятий;
- отсутствие системного подхода со стороны властей и бизнес-сообщества (как городских, так и федеральных) в продвижении и лоббировании своих конгрессных возможностей на мировой арене, в том числе из-за непредставленности Москвы в соответствующих международных ассоциациях), что крайне важно и актуально в условиях сильной конкуренции в этой сфере деятельности.

На сегодняшний день всего 12 российских организаций входят в ICCA:

ОАО «ЦМТ»;

ЦБК «Экспоцентр»;

Центр делового сотрудничества «ТБК-Сервис»;

МВЦ «Крокус Экспо»;

ОАО «Ленэкспо»;

ООО «Евроэкспо»;

ООО «Фарэкспо»;

ООО «МЕДИ Экспо»;

«Мономакс»;

Санкт-Петербургское Конвеншн Бюро;

Парк Инн «Прибалтийская»;

ООО «Рестэк Ивентс».

По данным ICCA, в 2008 г. ведущей страной по количеству международных конгрессов стали США (507 конгрессов), в России было проведено только 44 мероприятия (табл. 1).

Следует отметить, что ICCA учитываются конгрессные мероприятия, соответствующие следующим условиям:

- регулярность проведения, периодичность и повторяемость;
- количество стран-участниц — не менее 3-х;
- ротация принимающих стран, т.е. количество стран, в которых мероприятие поочередно проводится, — не менее 3-х.

При таком подходе в расчет не берется подавляющее большинство конгрессных ме-

Таблица 1

**Количество крупных международных конгрессов, учитываемых ICSSA, проведенных в 2008 г. в разных странах**

Страна	Количество международных конгрессов
США	507
Германия	402
Испания	347
Франция	334
Великобритания	322
Италия	296
Нидерланды	227
Австрия	196
Швейцария	194
Португалия	177
Финляндия	142
Греция	123
Бельгия	122
Дания	113
Венгрия	111
Польша	101
Чешская Республика	92
Россия	44

роприятий российского рынка, поэтому данные ICSSA явно занижены и могут использоваться не как статистическая информация, а лишь как международный рейтинг.

Конгрессная деятельность — достаточно непростой вид бизнеса. Российским компаниям необходимо накапливать опыт прогрессивных технологий организации мероприятий высокого уровня и расширять диапазон высококачественных услуг, соответствующих международным стандартам, чтобы обеспечить весь цикл обслуживания встречи — от предварительного до постсобытийного — и полностью отвечать запросам требовательной и опытной клиентской аудитории. Только при выполнении

этих условий компании смогут эффективно функционировать и конкурировать на данном рынке.

Очевидным является тот факт, что для проведения подобных мероприятий необходима соответствующая инфраструктура: современные конгресс-центры, бизнес-отели, выставочные площадки, полная линейка высокотехнологичных логистических услуг.

### Москва

У Москвы есть все основания для эффективного освоения экономически богатой и на сегодняшний день свободной ниши конгрессной деятельности. Эксперты отме-

чают, что потенциал для роста конгрессного сегмента российской столицы огромный.

Москва — ведущий город страны по проведению конгрессных мероприятий, деловой центр России. Здесь сосредоточено около 80% конгрессного бизнеса Российской Федерации.

Согласно Комплексной программе развития туризма в г. Москве на 2007–2010 гг. в целях создания правовой, организационно-управленческой и экономической среды, благоприятной для дальнейшего развития туристической индустрии в столице, деловой туризм должен стать одним из ее направлений, поскольку особенно подходит для условий современного города. В рамках указанной Программы планировались модернизация Москвы в современный международный центр деловой активности, привлечение бизнес-туристов из других регионов России, а также из-за рубежа, так как они представляют наиболее платежеспособную категорию.

Предпосылками для модернизации Москвы в один из мировых центров конгрессных услуг являются:

- выгодное геополитическое положение;
- высокая концентрация крупного бизнеса;
- современная система образования и подготовки специализированных кадров;
- высокоразвитая городская инфраструктура;
- благоприятная социальная среда;
- увеличивающийся социально-экономический потенциал московского региона;
- богатые исторические и культурные традиции.

Выставочно-конгрессная деятельность в Москве способна оказывать значительное влияние на развитие города, в том числе на:

- *градостроительное развитие* — реконструкцию городских территорий, формирование новых центров развития города, строительство и реконструкцию объектов

выставочно-конгрессной инфраструктуры, бизнес-центров, а также повышение архитектурно-художественной ценности и улучшение качества городской среды;

- *экономическое развитие* — расширение делового туризма, рост инвестиций в инфраструктуру выставочной и конгрессной деятельности, развитие индустрии услуг в данной сфере и в связи с этим увеличение поступлений в бюджет Москвы;

- *социальное развитие* — новые рабочие места, уменьшение уровня безработицы, увеличение доходов, развитие социальных связей, расширение информационного пространства.

Конгрессный туризм занимает значимое место в общей структуре туризма и дает наибольший экономический эффект по сравнению с другими видами поездок. Так, по экспертным оценкам, средний ежедневный уровень расходов делегата международного конгресса — 550 долл. в сутки (для сравнения: обычный турист тратит от 200 до 300 долл. в сутки).

Ситуация тем более удручает, что среди факторов, влияющих на выбор места проведения международного конгрессного мероприятия далеко не последнюю роль играет наличие туристической инфраструктуры и достопримечательностей, чем богата российская столица.

Экспертами был составлен S. W. O. T.-анализ перспектив развития рынка конгрессной деятельности в Москве.

*Сильные стороны:*

- Российская столица способна отвечать всему набору требований, необходимых для формирования в городе конгрессного центра мирового уровня.

- Москва — ведущий туристический центр России, имеющий большой потенциал развития, культурно-историческое и архитектурное наследие.

- Научно-производственный потенциал Москвы имеет весомое значение при выборе места проведения встреч (в том числе крупных международных ассоциаций).

*Слабые стороны:*

- Недостаточно развитая инфраструктура — нехватка удобных, отвечающих международным стандартам площадок для проведения конгрессов с числом участников более 1 тыс. человек.

- Отсутствие системы статистического учета проводимых в городе мероприятий и оценки экономического эффекта конгрессной деятельности.

- Отсутствие городского Конгрессного бюро, которое могло бы обеспечить эффективное представительство и продвижение Москвы на рынке международных встреч.

- Низкий уровень сотрудничества внутри городского бизнес-сообщества, вовлеченного в конгрессную деятельность.

- Отсутствие конструктивного диалога между деловым сообществом и администрацией по вопросам развития конгрессной деятельности.

*Возможности:*

- Возросший интерес к проблемам делового и конгрессного туризма в городе, что отражено в публикациях периодических изданий и обсуждении этих проблем в рамках различных конференций, семинаров и встреч.

- Становление MICE-рынка в целом и, в частности, в России, осознание необходимости этого процесса участниками рынка.

- Рост квалификации профессионалов конгрессного рынка.

- Наличие крупных инвестиционных проектов в сфере развития выставочной туристской инфраструктуры.

*Угрозы:*

- Недостаточная активность администрации и бизнеса в совместном финансировании продвижения города на рынке международных встреч.

- Слабая проработка конкретных механизмов содействия конгрессной деятельности.

- Неэффективная ценовая политика государственных предприятий.

- Высокая стоимость и сложность оформления въездной визы в Российскую Федерацию.

Очевидно, что Московский регион на сегодняшний день не в состоянии реализовать потенциал конгрессной индустрии без решения тех проблем и задач, которые составляют слабые стороны и угрозы S. W. O. T.-анализа.

Согласно данным ICCA, в период с 2000 по 2008 гг. в Москве ежегодно проводилось порядка 18 мероприятий, в 2008 г. — 17 конгрессов. Лидирующим городом, по данным ICCA, был признан Париж (139 конгрессов), Санкт-Петербург в этом списке занял 75 место, а Москва — только 103 (табл. 2).

Инициаторами (организаторами) конгрессных мероприятий выступают:

- *международные организации и ассоциации* — регулярно проводят одно крупное отраслевое мероприятие (съезд, конгресс с количеством делегатов до 10 тыс. человек и более) и множество более мелких конгрессов и конференций. Как правило, место проведения конгресса/съезда, т. е. страна и город, меняются, однако, обязательным условием выбора является присутствие местного отделения или представителя.

- *правительственные организации* — организуют форумы, саммиты и другие протокольные мероприятия с участием представителей бизнеса и органов государственной власти как России, так и зарубежных стран.

- *неправительственные организации* (как правило, научные, промышленные) — проводят национальные конгрессы, съезды, конференции. Являясь членами международных ассоциаций, они выступают в роли местных оргкомитетов международных конгрессов и конференций. Часто привлекают профессиональные компании, способные обеспечить комплексную подготовку и проведение мероприятия (или взять на себя значительную часть этих работ).

- *научные учреждения* — осуществляют проведение множества мероприятий

Таблица 2

**Количество крупных международных конгрессов, учитываемых ИССА, проведенных в 2008 г. в разных городах**

Город	Количество международных конгрессов
Париж	139
Вена	139
Барселона	136
Берлин	100
Будапешт	95
Мадрид	65
Рим	63
Дублин	57
Женева	50
Мюнхен	41
Варшава	38
Цюрих	35
Лион	31
Санкт-Петербург	21
Ницца	20
Венеция	17
Москва	16

различного масштаба (от школ и семинаров до крупных конгрессов), нередко в сотрудничестве с национальными и международными ассоциациями, членами которых являются. Как правило, всю работу по организации этих мероприятий проводят самостоятельно, не привлекая сторонние компании. Ряд функций по подготовке мероприятия научные учреждения могут отдать на аутсорсинг стороннему организатору только в случае выполнения этих услуг на высоком уровне.

Кроме того, конгрессные мероприятия инициируют и организуют *крупные коммерческие предприятия*, в том числе компании, профессионально занимающиеся конгрессной/конгрессно-выставочной деятельностью. Они проводят тематиче-

ские конференции, круглые столы и т. п. по общеэкономическим и отраслевым вопросам с меньшим количеством участников по сравнению с конгрессами ассоциаций.

К организаторам конгрессной деятельности относятся и *поставщики услуг для мероприятий* (в том числе конгрессные центры, отели с конгрессными условиями и другие сервисные структуры).

В Европе существует *ряд крупнейших профессиональных организаторов конгрессов* (так называемые PCO — Professional Congress Organisers), но ни один из них не работает/не представлен в России. Из числа отечественных компаний, оказывающих конгрессные услуги на высоком уровне, нет ни одной, которая являлась бы членом соответствующей организации — IAPCO

(The International Association of Professional Congress Organisers.)

В зависимости от состава участников конгрессное мероприятие может быть:

- *международным* (количество зарубежных участников превышает 25% от общего числа);

- *с иностранным участием* (количество зарубежных участников не превышает 25% от общего числа);

- *национальным/региональным* (иностранцев участников нет).

Почти 3/4 проводимых мероприятий заявляются как международные, однако, фактически их можно классифицировать как мероприятия с иностранным участием. В Москве по разным оценкам проводится не более 20% международных мероприятий. Несколько больший процент (до 30%) фиксируется в Санкт-Петербурге. Это объясняется тем, что данные города достаточно четко сегментированы по тематике конгрессов. В Москве проходят бизнес-конференции и конгрессы представителей промышленности. В Санкт-Петербурге как культурной столице России проводятся конгрессы с тематикой, позволяющей не привязываться к определенному месту проведения.

Ввиду практически полного отсутствия достоверных статистических данных относительно количества фирм, работающих на российском рынке конференционного туризма, невозможно указать точное число игроков в этой отрасли. Однако назвать наиболее важных и крупных можно.

По некоторым оценкам в Москве работает около 40 компаний, специализирующихся на конгрессной деятельности, многие из которых предоставляют комплекс MICE-услуг, включающий как организацию деловых мероприятий в российской столице, так и участие предприятий РФ и стран СНГ в специализированных и торгово-промышленных выставках за рубежом, отраслевых конференциях, семинарах, конгрессах и симпозиумах по всему миру. Кроме того, многие агентства оказывают услу-

ги по организации и деловой программы, и праздничной.

В настоящее время доминирующее положение на рынке конгрессных услуг занимают иностранные фирмы. Есть небольшие российские компании, которые в суммарном объеме рынка способны конкурировать с зарубежными. Среди лидеров можно назвать:

- Adam Smith Conferences (британский Институт Адама Смита);

- AN Conferences (Arthur Hunt Conferences);

- BBPG Conventions;

- РосБизнесКонсалтинг (РБК);

- INFOR MEDIA RUSSIA (ITE Group PLC);

- Independent Media (газета «Ведомости», «The Moscow Times»);

- Профи-Т-Центр;

- EVENTUM;

- LBS International Conferences;

- Conference & Business Service,

а также ряд российских компаний, занимающихся выставочной и конгрессной деятельностью на профессиональной основе («МЕДИ Экспо», ЦБК «Экспоцентр», холдинг MVK, группа предприятий «РЕСТЭК», конгрессное подразделение группы «Крокус» и др.).

## Конгрессные площадки Москвы

Развитие деловых связей, в том числе международного уровня, поиск партнеров по бизнесу, сдерживаются недостатком помещений для проведения крупных мероприятий делового характера. Международные конгрессы с числом участников 5–6 тыс. человек требуют новой инфраструктуры. В мировой практике для проведения такого рода мероприятий строят специальные конвент-центры/конгресс-центры либо используют возможности вместительных выставочных центров.

Материально-техническая база московского региона составляет порядка 58,5 тыс. м<sup>2</sup>, предназначенных для конгрес-



Таблица 3

## Обеспеченность Москвы конференц-залами различной вместимости\*

Вместимость	Объект конгрессной недвижимости	Кол-во объектов	Кол-во залов
от 100 до 250 чел.	гостиницы	36	77
	конгресс-центры	13	30
от 250 до 500 чел.	гостиницы	19	27
	конгресс-центры	8	11
от 500 до 750 чел.	гостиницы	7	7
	конгресс-центры	4	6
от 750 до 1000 чел.	гостиницы	0	0
	конгресс-центры	2	2
от 1000	гостиницы	1	1
	конгресс-центры	4	4
	<b>Итого</b>	<b>94</b>	<b>165</b>

\* Использованы данные Дирекции по выставочно-конгрессной деятельности МТПП.

сных мероприятий. Всего для этих целей отведено 165 конференц-залов, примерно 2/3 из них принадлежит гостиничной системе (табл. 3). Наименьшее количество залов размещено в выставочных комплексах. С другой стороны, большинство гостиниц предлагают залы с вместимостью от 30 до 700 человек, которые могут принять конференции среднего масштаба. Только в отеле «Космос» есть конгресс-зал на 1000 человек.

В Москве три универсальных зала для проведения конгрессных мероприятий:

1. Государственный Кремлевский Дворец (вместимость до 6 тыс. человек);
2. Московский Дворец молодежи (вместимость 1,9 тыс. человек);
3. Колонный зал Дома Союзов (вместимость до 1000 человек).

Однако изначально ни на одном из этих объектов не были запланированы залы для проведения секционных заседаний, переговорные помещения. Поэтому рассматривать

эти площади в качестве специализированных конгрессных центров нельзя.

Специализированных конгресс-центров в Москве два (табл. 4):

1. Конгресс-центр при Центре Международной Торговли (ЦМТ);
2. Международный информационно-выставочный центр «ИнфоПространство».

Несмотря на то что конгрессными площадями располагают и выставочные комплексы, и практически все приличные гостиницы, в Москве, в отличие от других городов мира, для проведения серьезного международного конгресса (на 3–10 тыс. участников) нет необходимых инфраструктурных объектов, переговорных площадей, свободных подъездных путей, залов для пленарных заседаний на 4–5 тыс. человек и секционных помещений для 8–10 тыс. участников и иных условий.

Следует также учитывать, что Москве нужен не один зал на 3–5 тыс. мест, а несколько. При появлении мощных конгресс-цен-

Таблица 4

## Сравнительные данные по конгрессным площадям Москвы\*

	Площадка	Зал для пленарного заседания (чел.)	Общая вместимость (чел.)	Перспективы (вместимость, чел.)
Специализированные конгресс-центры	ЦМТ	1200	3600	—
	ИнфоПространство	500	500	отсутствуют
Выставочно-конгрессные центры	ГАО ВВЦ	500	500	1200
	Экспоцентр	500	1500	2500
	Гостиный двор	500	500	отсутствуют
	Крокус Конгресс центр (относится к МО)	6200	9000	

\* Использованы данные Департамента науки и промышленной политики города Москвы.

тров в российскую столицу придут крупные международные конгрессы — медицинские, научные, технические.

Но даже большое количество конгрессных площадей не решит проблему, так как они должны быть встроены в инфраструктуру, которая обеспечивала бы их конкурентоспособность. Именно поэтому участники Первой московской конференции «Конгрессная деятельность. Основные задачи и направления развития» высказались за разработку системной Концепции развития конгрессной деятельности в Москве, которая не ограничивалась бы абсолют-

ными цифрами квадратных метров и человеко-мест, но определяла бы всю систему мер и направлений, начиная с создания Конгрессного бюро, инициации социальных программ, включая интеграцию конгрессных площадей в систему управления транспортными потоками города, а конгрессных мероприятий — в культурно-массовые программы, заканчивая личным представительством муниципалитета на конгрессных мероприятиях и т. д.

*Материал подготовил  
Александр Коваленко*

## DEVELOPMENT OF CONGRESS ACTIVITY MARKET IN RUSSIA (INFORMATION AND ANALYTICAL MATERIAL)

The presented material contains topical data on congress activity in Moscow, shows main factors contributing to the development of congress activity in Russia and hindering it, analyzes competitive capacity of national professional congress organizers in the international MICE-industry market.

**Key words:** congress activity market, MICE-industry, exhibition and congress business, infrastructure of congress events, professional congress organizers.