

На правах рукописи



Садовничая Анна Викторовна

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ И МЕТОДОЛОГИЯ
СТРАТЕГИРОВАНИЯ ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНОЙ ОТРАСЛИ
(НА МАТЕРИАЛАХ ПРОМЫШЛЕННЫХ ВЫСТАВОК)**

Специальность 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством
(экономика, организация и управление предприятиями, отраслями,
комплексами — промышленность)

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Москва - 2019

Диссертационная работа выполнена на кафедре «Финансовой стратегии» факультета «Московская школа экономики» Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова

Научный руководитель: **Квинт Владимир Львович**, доктор экономических наук, профессор, иностранный член РАН, заслуженный работник высшей школы Российской Федерации, заведующий кафедрой «Финансовой стратегии» факультета «Московская школа экономики» Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова

Официальные оппоненты: **Проценко Олег Дмитриевич**, доктор экономических наук, профессор, научный руководитель факультета маркетинга и международного сотрудничества Института управления и регионального развития РАНХиГС при Президенте РФ;
Голов Роман Сергеевич, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой менеджмента и маркетинга высокотехнологичных отраслей промышленности Национального исследовательского университета МАИ

Ведущая организация: **ФГБОУВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»** (г. Москва)

Защита диссертации состоится **20 июня 2019 года в 13 час. 00 мин.** на заседании диссертационного совета Д 212.132.17, созданного на базе НИТУ «МИСиС», по адресу: г. Москва, Крымский вал, д. 3, ауд. К – 212.

С диссертацией и авторефератом можно ознакомиться в научно-технической библиотеке НИТУ «МИСиС» и на сайте: <http://misis.ru/science/dissertations/>

Автореферат разослан « ___ » _____ 2019 г.

И.о. ученого секретаря
диссертационного совета
д.э.н., профессор



Толстых Т.О.

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность диссертационного исследования определяется тем, что выставочно-ярмарочная отрасль (ВЯО), несмотря на ее относительную новизну, активно развивается и взаимодействует со всеми отраслями мировой и национальных экономик. Стратегическая ценность выставочно-ярмарочной деятельности (ВЯД) определяется ее функцией драйвера экономики. ВЯО как полноценная отрасль экономики интегрирует деятельность промышленных выставок, демонстрирующих потенциал промышленно-инновационного развития страны. Международные выставки являются не только важнейшим инструментом коммуникации, но и механизмом продвижения новых технологий и товаров на внутренние и внешние рынки. Стратегические интересы государства, такие как технологическое развитие по приоритетным направлениям, защита собственных экономических интересов на международной арене, повышение уровня доверия к национальному производителю, формирование позитивного имиджа страны, повышение качества жизни посредством развития социальной сферы на основе наиболее эффективных решений, могут быть реализованы в том числе и с помощью выставок. Актуальность темы исследования обусловлена не только экономической значимостью ВЯО, но и необходимостью выработки стратегии ее развития.

Степень разработанности проблемы и изученности темы. Теоретическими основами данного исследования являются работы крупнейших зарубежных ученых в области теории стратегии и процессов стратегирования таких как И.Ансофф (I.Ansoff), Д.Канеман (D.Kahneman), П.Кругман (P.Krugman), Э.Люттвак (E.Luttwak), Д.Норт (D.North), М.Портер (M.Porter), Э.Фелпс (E.Phelps); в области менеджмента – П.Друкер (P.Drucker), Г.Минцберг (H.Mintzberg). В отечественной экономической науке авторами исследований в области разработки основ стратегического управления и теории стратегии являются А.Аганбегян, А.Гранберг, В.Квинт (основоположник отечественной школы теории и методологии стратегирования), В.Макаров.

Проведенный анализ научных и экспертных источников, связанных с вопросами развития международной выставочной деятельности промышленных предприятий, регулирования и стандартизации отрасли, разработкой ее стратегии, позволяют сделать вывод о практической значимости теории стратегирования для устойчивого эффективного развития выставочной деятельности. Данные вопросы в различных аспектах раскрываются в зарубежных и отечественных работах специалистов в выставочной области: Н.Александровой, И.Бычкова, А.Жуковского, Н.Карасева, Е.Комяковой, К.Симонова, Е.Сорокиной,

А.Сухорукова, С.Трофимова, И.Филоненко, Ф.Шаркова, В.Шпакова, Г.Батхельта (H.Bathelt), В.Гизе (W.Giese), Ф.Голфетто (F.Golfetto), В.Дорншайдта (W.Dornscheidt), М.Киршгеорга (M.Kirchgeorg), Л.Кулчевика (L.Kulchawik), С.Миллера (S.Miller), Д.Риналло (D.Rinallo), Р.Стивенса (R.Stevens), Н.Штёка (N.Stoeck), Й.Витта (J.Witt). Вместе с тем, следует отметить практически полное отсутствие в работах стратегического видения развития ВЯО с позиций реализации приоритетов государства.

Цель и задачи исследования. Целью диссертационной работы является построение теоретических основ и методологии стратегирования ВЯО на материалах проводимых международных промышленных выставок. Достижение поставленной цели требует решения следующих задач:

- показать формирование новой отрасли экономики – выставочно-ярмарочной;
- сформулировать стратегические приоритеты государства, которые могут быть реализованы посредством ВЯД;
- описать механизмы регулирования и стандартизации как функции и формы стратегирования выставочно-ярмарочной отрасли (на материалах промышленных выставок);
- определить подходы к оценке общественной и экономической эффективности ВЯД с позиций каждого из ее участников, создать классификацию уровней эффективности.

Научная идея исследования состоит в обосновании выставочно-ярмарочной деятельности как новой отрасли и процессов ее стратегирования, что является основой продвижения технологий, продукции и услуг промышленных предприятий.

Объект и предмет исследования. Объектом научного исследования является новая быстро формирующаяся выставочно-ярмарочная отрасль (на материалах промышленных выставок). Предметом исследования являются социально-экономические отношения субъектов выставочно-ярмарочной деятельности, призванной продвигать продукты отраслей промышленности как на региональном и национальном, так и на международном уровнях.

Методология и методы исследования. Теоретической и методологической основой исследования послужили научные разработки в области теории и методологии стратегии, стратегического управления, экономические концепции отраслевого развития, выводы и результаты прикладных исследований экономических отношений субъектов ВЯД, представленные в работах отечественных и зарубежных ученых, аналитических обзорах и в публикациях

отраслевых экспертов. В работе использованы и апробированы такие методы научного познания как анализ, обобщение, сравнение, а также логический, графический методы, классификация, группировка, прогнозирование, системный и структурно-функциональный и SWOT-анализ; OTSW-анализ.

Информационной базой работы стали материалы теоретических и практических исследований российских и зарубежных авторов, аналитические обзоры отрасли, разработанные консалтинговыми компаниями AMR International, JWC и др. Кроме того, в работе были использованы материалы отраслевых интернет порталов министерств и ведомств РФ, Торгово-промышленной палаты РФ, международных и национальных ассоциаций и союзов участников ВЯО, национальных и зарубежных отраслевых промышленных ассоциаций. Автором изучались нормативно-правовые акты, регулирующие вопросы экспорта, выставочной деятельности, государственных мер поддержки экспортно-ориентированных производителей промышленной продукции и промышленных технологий, стандарты, ГОСТы, другие правовые и методологические документы. Также использованы данные официальных каталогов промышленных международных выставок, проводимых российскими и зарубежными организаторами в 2018-2019 гг.; статистических и аналитических отчетов Всемирной ассоциации выставочной индустрии (УФИ) и Российского союза выставок и ярмарок (РСВЯ) за 2014-2018 гг. и материалы собственных исследований, проведенных автором.

Соответствие диссертации паспорту научной специальности. Работа выполнена в соответствии с Паспортом специальности 08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством: п. 1.1. Экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами – промышленность (пп. 1.1.2 Формирование механизмов устойчивого развития экономики промышленных отраслей, комплексов, предприятий; 1.1.4 Инструменты внутрифирменного и стратегического планирования на промышленных предприятиях, отраслях и комплексах; 1.1.15 Теоретические и методологические основы эффективности развития предприятий, отраслей и комплексов народного хозяйства).

Основные защищаемые научные положения:

1. Развитие инновационных технологий и выход отечественных предприятий на международные рынки высокой конкуренции определяют необходимость формирования и развития новой перспективной отрасли – выставочно-ярмарочной как эффективного механизма продвижения технологий, продукции и услуг промышленных предприятий.

2. Стратегические приоритеты государств, регионов и отраслей в сфере развития промышленных предприятий могут быть реализованы посредством выставочно-ярмарочной деятельности.

3. Стратегирование выставочно-ярмарочной отрасли, включающее регулирование и стандартизацию процессов разработки и реализации стратегии ВЯД, позволяет согласовывать интересы всех уровней субъектов этой отрасли и выстраивать обоснованный вектор долгосрочного развития.

4. Определение общественной и экономической эффективности выставочно-ярмарочной отрасли с позиций каждого из ее участников повышает результативность деятельности промышленных предприятий.

Научная новизна диссертационного исследования заключается в обосновании ВЯО как новой перспективной отрасли экономики, субъектами которой решаются задачи продвижения эффективных продуктов промышленного производства. Основными результатами, полученными автором и обладающими признаками новизны, являются следующие:

1. Обосновано формирование новой экономической отрасли – выставочно-ярмарочной, как формы и экономического механизма продвижения промышленной продукции, услуг, технологий на рынки.

2. Сформулирована методология стратегирования выставочно-ярмарочной отрасли, способы ее государственного регулирования и стандартизации, государственные приоритеты, которые могут быть реализованы через механизмы выставок.

3. Предложен и обоснован набор стратегических приоритетов, обеспеченных конкурентными преимуществами, реализации которых способствует выставочно-ярмарочная деятельность.

4. Определены подходы к оценке общественной и экономической эффективности ВЯД с позиций каждого из субъектов отрасли, целями которых является продвижение промышленной продукции и технологий на рынки. Разработана классификация уровней эффективности.

Теоретическая значимость исследования заключается в развитии теории и методологии стратегирования новой отрасли экономики – выставочно-ярмарочной, развитие которой позволяет более эффективно и результативно продвигать товары, технологии и услуги промышленных предприятий на международные и национальные рынки и в сферы высокой конкуренции. В диссертации обоснована и предложена системная классификация эффективности выставочно-ярмарочной деятельности: общественная, бюджетная и коммерческая, с точки зрения четырех сторон-участников ВЯД.

Практическая значимость состоит в том, что полученные результаты могут быть применены при разработке и реализации стратегий развития выставочно-ярмарочной отрасли, промышленных предприятий (в целях их эффективного позиционирования на международных, национальных и региональных промышленных выставках). Результаты исследования целесообразно использовать субъектами ВЯО при расчетах эффективности деятельности промышленных предприятий. Положения работы могут применяться в учебном процессе по дисциплинам, связанным с преподаванием теории и методологии стратегии и практики стратегирования, а также при подготовке специалистов для ВЯО. Разработанные выводы и рекомендации целесообразно использовать в процессах дальнейших научных исследований ВЯО.

Степень достоверности и апробации результатов подтверждается участием в обсуждениях в формате научно-практических конференций, дискуссий, а также публикациями в открытой печати. В качестве эксперта автор принимала участие в панельной дискуссии «Инфраструктура событий. Инвестиции в качество» в рамках направления «Россия: используя потенциал роста» на Петербургском международном экономическом форуме (ПМЭФ'18); в V Санкт-Петербургском Международном Экономическом Конгрессе (СПЭК-2019) «Форсайт «Россия»: Будущее технологий, экономики и человека»; в Международной научной конференции студентов, аспирантов и молодых учёных «Ломоносов-2019», круглом столе "Теория и практика стратегирования" в честь 15-летия Московской школы экономики МГУ имени М.В. Ломоносова; на заседаниях Европейской ассоциации крупнейших выставочных центров (ЕМЕСА) (ЕМЕСА General Assembly) (Россия, 2014г., Швейцария, 2015г., Нидерланды, 2016г., Германия, 2019г.); на дискуссионной площадке форума АТЭС «Женщины и экономика» (КНР, 2014г.); во Всероссийской конференции «Экономическая наука и экономическая политика» по итогам XVII Всероссийского конкурса научных работ молодежи «Экономический рост России» (Москва, 2014г.); на сессии «Выставочный бизнес: обзор рынка, тенденции и перспективы развития. Как оставаться конкурентоспособным на рынке в современных условиях» в рамках Евразийского Ивент Форума 2015 (EFEA) (Санкт-Петербург); на XIX ежегодном Собрании членов Международного Союза экономистов на тему «Мировой опыт антикризисных мер. Особенности глобализации экономики», собрание состоялось при поддержке Экономического и Социального Совета ООН (Бразилия, 2010г.); в Международном институте менеджмента для объединений предпринимателей ТПП РФ в рамках модуля курса «Теория и практика

управления торгово-промышленной палатой» для группы руководителей торгово-промышленных палат (Москва, 2012г.). Более десяти лет автор является одним из руководителей крупнейшего в Восточной Европе организатора промышленных выставок - АО «Экспоцентр» (г. Москва), принимавшим участие в подготовке и проведении более 300 выставочно-ярмарочных мероприятий, охватывающих практически все отрасли промышленности.

Результаты исследования внедрены и использовались в АО «ЭКСПОЦЕНТР» при разработке планов развития выставочно-ярмарочной деятельности компании, а также при подготовке и проведении отраслевых промышленных выставок, организатором которых является АО «ЭКСПОЦЕНТР», что подтверждено актом о внедрении.

Материалы исследования внедрены в учебный процесс факультета «Московская школа экономики» МГУ имени М.В. Ломоносова при изучении магистрами дисциплины «Стратегия развития туризма в РФ», что подтверждено справкой о внедрении.

Публикации. По теме диссертации автором опубликовано 8 работ общим объемом 9,2 п.л., в том числе монография 3,3 п.л., 4 статьи в рецензируемых научных изданиях, индексируемых в реферативных базах данных цитирования, общим объемом 4,4 п.л.

Объем и структура работы. Диссертационная работа изложена на 127 страницах, содержит 1 таблицу и 32 рисунка. Список литературы содержит 124 библиографических источников. Вспомогательные материалы по исследованию представлены в Приложениях на 18 страницах.

Во введении обоснована актуальность темы исследования, обозначены цель и задачи, раскрыта научная новизна, теоретическая и методологическая база исследования, теоретическая и практическая значимость.

В первой главе дана характеристика ВЯД как эффективной организационной формы реализации стратегических интересов государства. Показано формирование новой отрасли - выставочно-ярмарочной. Определены стратегические факторы, оказывающие влияние на выбор потенциальными экспонентами приоритетной промышленной выставки. Описаны подходы к формированию стратегий регулирования промышленных выставок.

Вторая глава посвящена вопросам регулирования и стандартизации ВЯД как функции и формы стратегирования ВЯО (анализ проведен на материалах промышленных выставок). Осуществлен стратегический анализ российской выставочно-ярмарочной отрасли, проанализирована система стандартов ВЯО, описаны механизмы ее законодательной поддержки.

Третья глава работы касается вопросов формирования систем стратегического регулирования ВЯО. Исследованы современные тренды конкуренции и глобализации в отрасли. Изучены механизмы информационной и финансовой поддержки промышленных предприятий – экспонентов международных выставок, опыт разработки профессиональных стандартов в сфере обучения специалистов и систем профессиональной подготовки и переподготовки кадров для ВЯО. Предложены дальнейшие пути развития системы регулирования и стандартизации ВЯД.

В четвертой главе обоснованы стратегические интересы и принципы оценки эффективности ВЯО. Классифицированы уровни общественной и экономической эффективности ВЯД. Сформулированы подходы к оценке эффективности в разрезе видов субъектов ВЯО.

В заключении сформулированы основные теоретические и практические выводы, направления дальнейшего исследования развития выставочно-ярмарочной отрасли.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

1. Развитие инновационных технологий и выход отечественных предприятий на международные рынки высокой конкуренции определяют необходимость формирования и развития новой перспективной отрасли – выставочно-ярмарочной как эффективного механизма продвижения технологий, продукции и услуг промышленных предприятий.

По данным Всемирной ассоциации выставочной индустрии УФИ (UFI), 95% лиц, отвечающих в компаниях за реализацию стратегии и, в том числе, за заключение новых контрактов встречаются и взаимодействуют на международных промышленных выставках. Доходы этой мировой отрасли по оценкам экспертов к 2017 году превысили 30 млрд. долларов США. Она развивается стремительными темпами и на горизонте до 2020 года можно ожидать ее ежегодный прирост на уровне 5 %¹. Для всех мировых отраслей экономики, и прежде всего для отраслей промышленности, выставочно-ярмарочная деятельность является драйвером, для государства – формой и механизмом реализации большого спектра национальных интересов.

Если в конце 2015 г. объем выставочного рынка по совокупности 14 основных региональных рынков, таких как США, Китай, Великобритания, Франции, Италии, Бразилия, государства Совета по сотрудничеству стран Персидского залива, Россия, Гонконг, Турция, Мексика, Индия и Индонезия², оценивался в 24,3 млрд. долл., то по прогнозу консалтингового агентства AMR International к 2022 году он вырастет до 34,5 млрд. долл. США³ (рисунок 1).



Рис. 1. Прогнозируемый рост мирового выставочного рынка до 2022г. (Размер рынка представляет собой размер 14 основных географических рынков, проанализированных AMR и шести стран ЮВА). *Источник: AMR International.*

¹ <https://www.amrinternational.com/product/globex-2018/>

² там же

³ там же

Более 31 тыс. выставочных событий с участием 4,4 млн. экспонентов в год создают 680 тыс. рабочих мест в индустрии выставок и ярмарок и около 1,8 млн. рабочих мест – в промышленности и других отраслях. Ежегодно 260 млн. профессиональных посетителей, представляющие как саму экспонируемую отрасль промышленности, так и смежные отрасли, тратят на выставках около 110 млрд. долл.⁴

Выставочно-ярмарочная деятельность – важнейший инструмент коммуникации и стратегическая эффективная организационная форма взаимодействия субъектов и элементов экономических процессов на локальных, региональных, отраслевых национальных рынках, на глобальном рыночном пространстве. ВЯД как форма реализации стратегий различных субъектов способствует продвижению новых технологий, промышленных товаров и услуг как в границах субъектов стратегирования, так и в их трансграничных взаимодействиях. Как организационная форма ВЯД требует теоретического обоснования и разработки методологий эффективной реализации результатов этих обоснований.

Стратегически, продукты и услуги производства ВЯД и их обмена через передачу прав собственности в форме приобретения посетителями и участниками (экспонентами) выставок можно систематизировать в следующие категории:

- практическое знание ("know how") о существовании и использовании промышленных товаров, услуг и технологий их производства и/или представления, с которыми посетителя или экспонента знакомит выставка; выбор, то есть возможность найти бизнес - решение, наилучшим способом отвечающее потребностям посетителя или экспонента;
- визуальное и физическое представление продуктов и услуг в процессах ВЯД;
- информация о ранее неизвестных экспонентам и/или посетителям выставок и ярмарок услугах, продуктах и их экономических и технологических характеристиках, знания;
- профессиональное краткосрочное обучение (образование) по производству и использованию продуктов и услуг ВЯД;
- профессиональная социализация и развитие профессиональных контактов экспонентов и посетителей ВЯД (рисунок 2)

⁴ <https://www.expoclub.ru/press/36275/>

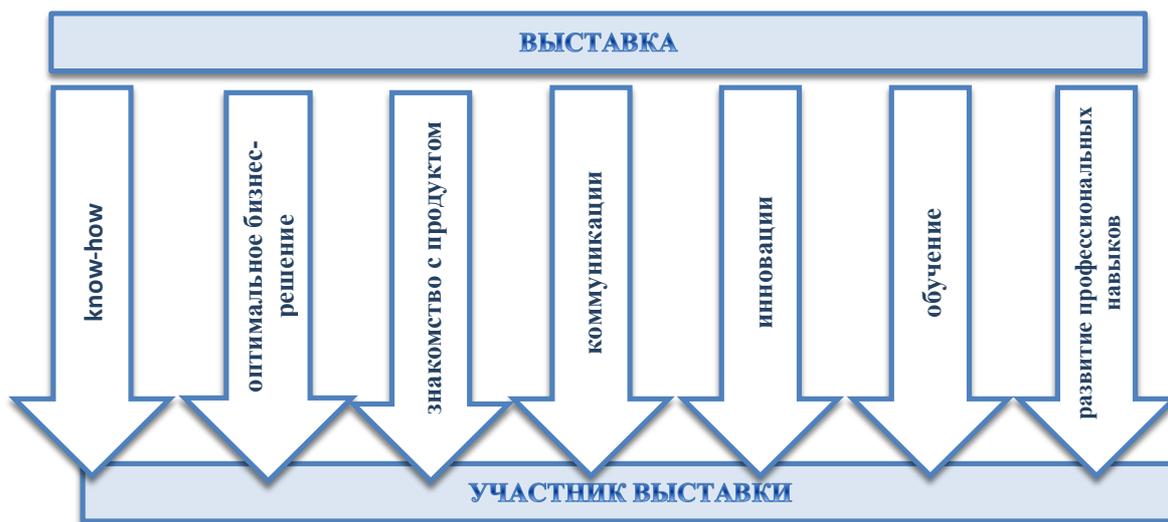


Рис. 2. Продукты и услуги производства ВЯД⁵

Реализация национальных интересов любого государства, отраженных в их стратегиях, осуществляется различными организационными формами. Выставки – одна из таких стратегических форм продвижения этих интересов. Основные из них заключаются в следующем:

- технологическое развитие промышленности по приоритетным направлениям;
- развитие всех уровней образования, подготовка кадров для приоритетных направлений индустриального развития;
- повышение качества жизни через развитие здравоохранения, экологии природной среды и человека, других сфер социальной жизни на основе наиболее эффективных решений;
- поддержание демографического развития;
- продвижение конкурентоспособных промышленных товаров и услуг, брендов на мировые рынки;
- поддержание промышленного экспорта через первоочередное представление промышленных товаров и услуг для новых ниш глобального рынка.

2. Стратегические приоритеты государств, регионов и отраслей в сфере развития промышленных предприятий могут быть реализованы посредством выставочно-ярмарочной деятельности.

Международные выставки, проходящие в Российской Федерации, охватывают все отрасли народного хозяйства – от промышленного производства товаров широкого потребления и продукции для детей, пищевой и легкой промышленности до продукции металлообработки, мебельной и

⁵ Рисунок составлен автором

лесообрабатывающей промышленности. Многие из них проводятся на протяжении десятилетий и стали узнаваемыми в мире брендами: «Продэкспо», «Мосбилд», «Химия», «Металлообработка», «Московский Международный Автомобильный Салон» и многие другие (рисунок 3).

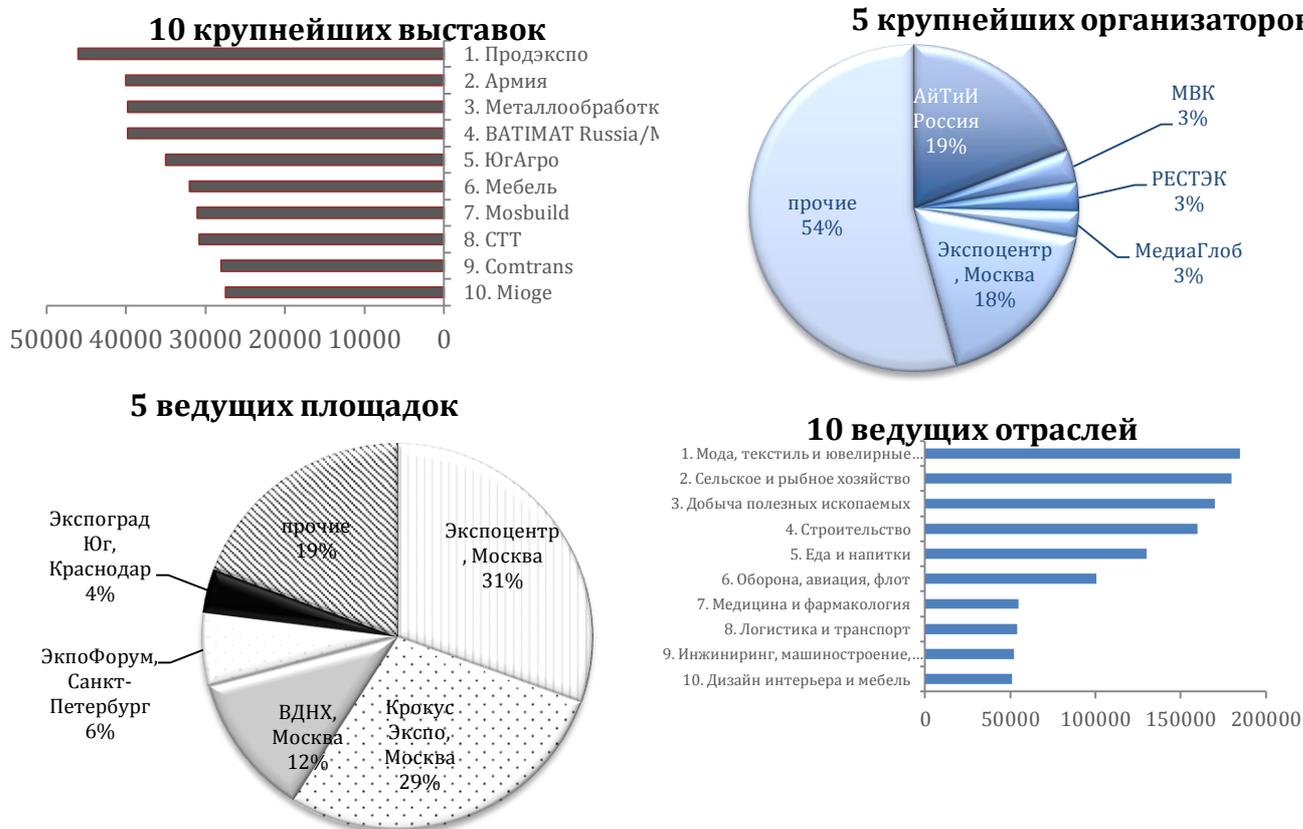


Рис. 3. Российский рынок выставочно-ярмарочной деятельности в 2017 году (рейтинги составлены по показателю нетто площадь)

Источник: Диаграммы основаны на данных консалтингового агентства JWC.⁶

Российский выставочный рынок сильно отстает в своем объеме и темпах роста от ведущих выставочных рынков, в том числе и по набору стратегий, используемых в развитии. Так, например, в Китае высокие темпы роста выставочной индустрии обеспечиваются, в числе прочего, и заимствованием лучших технологий управления в этой сфере (наем управляющих компаний, специалистов, реализация совместных проектов, слияния и прочее). Ведущая немецкая выставочная компания Deutsche Messe активно внедряет свои технологии на азиатском рынке, развивая свою деятельность в этом регионе на крупнейших площадках, таких как Shanghai New International Expo Centre (SNIEC) (с 2001 года) и Indonesia Convention Exhibition (ICE) (с 2014 года). Организационные формы этой стратегии следуют анализу наиболее влиятельных глобальных и региональных трендов, реализуемых компанией через связанные с

⁶ <http://jwc.eu.com/en/>

диверсификацией, ре-дислокацией, углубленной специализацией выставочного портфеля и участием в органах управления зарубежных выставочных комплексов. Такая стратегия и прогрессивные организационные формы ее осуществления позволяют Deutsche Messe быстро и эффективно осваивать новые рынки. В свою очередь, новые рынки локализации могут органично воспринимать лучшие европейские технологии выставочного менеджмента, маркетинга и продаж.

Роль государства в поддержке экспонентов национальных и зарубежных выставочных смотров безусловно должна определяться его стратегическими интересами. Это, в первую очередь, экономическое развитие в соответствии с выработанными приоритетными программами, обеспечение уровня конкурентоспособности на мировых рынках, укрепление собственного позитивного имиджа, поиск новых драйверов экономического и технического развития. Достижение этих приоритетов способствует, в конечном счете, и росту благосостояния населения.

В ряде стран существуют многочисленные программы поддержки национальных экспонентов, демонстрирующих свою промышленную продукцию по приоритетным для государства направлениям инновационного развития. Ключевыми игроками в сфере организации такой поддержки наряду с региональными правительствами являются отраслевые министерства и ассоциации промышленников и товаропроизводителей (рисунок 4).



Рис. 4. – Компоненты государственного регулирования ВЯД⁷

Российский опыт в этой области заключается в реализации многочисленных региональных программ компенсации затрат на участие в выставках (г. Москва, г.

⁷ Рисунок составлен автором

Санкт-Петербург, Иркутская область, Хабаровский край, Костромская область, Архангельская область, Красноярский край, г. Владивосток, Ленинградская область, г. Екатеринбург и др.). Помимо этого, объединения предпринимателей промышленников предлагают программы патроната выставок, оказывают им организационное содействие, представляют интересы отрасли. Например, программа патроната Торгово-промышленной палаты РФ дает поддержку свыше 120 российским промышленным выставкам в год.

В 2017 г. программа поддержки промышленников, осуществляемая в рамках развития всего российского экспорта, становится более масштабной, системной, ощутимой для участников. Новым серьезным проводником такой помощи становится Российский экспортный центр (РЭЦ)⁸. Под его эгидой развиваются также программы «Сделано в России»⁹ и «Сделано в Москве»¹⁰.

В сфере поддержки отечественного промышленного товаропроизводителя РЭЦ, как представитель государства, предоставляет финансовую помощь не только промышленным предприятиям - участникам национальных экспозиций на ключевых зарубежных выставочных смотрах, но и поддерживает производителя российских товаров, технологий и услуг на выставках внутри России. Формируется перечень приоритетных выставок. Перечень мероприятий демонстрирует направления технологического развития, которые государство считает на данном этапе стратегически важными, расставляет приоритеты и стимулирует участников отрасли¹¹.

3. Стратегирование выставочно-ярмарочной отрасли, включающее регулирование и стандартизацию процессов разработки и реализации стратегии ВЯД, позволяет согласовывать интересы всех уровней субъектов этой отрасли и выстраивать обоснованный вектор долгосрочного развития.

Международные, государственные и отраслевые стандарты и другие формы регулирования направлены на создание единых нормативных условий и правил функционирования любой отрасли. Подготовка стандартов, специфических для ВЯО, требует обеспечения систематизации, унификации и однозначности в трактовке всех основных элементов технологии услуг ВЯД как для экспонентов, так и для посетителей. Реализация этого принципа стандартизации ВЯД возможна

⁸ Официальный сайт АО «Российский экспортный центр» URL: <https://www.exportcenter.ru/>

⁹ «Сделано в России» URL: <https://madeinrussia.ru/ru>

¹⁰ «Сделано в Москве» URL: <http://www.moscowcvb.org/about/press/news.php?ID=7982&>; Выставочный бренд российской столицы. URL: <http://www.moscowcvb.org/made-in-moscow/about.php>

¹¹ Перечень ключевых конгрессно-выставочных мероприятий и деловых-миссий в 2017–2018гг. URL: <https://www.exportcenter.ru/company/documentsПеречень%20ключевых%20конгрессно-выставочных%20мероприятий.pdf>

в числе других методов на основе унификации и агрегирования основных услуг, представляемых ВЯД.

Регулирование и стандартизация – два качественно отличающихся процесса. Если под регулированием понимается прежде всего усиление и развитие функций государственной правовой, экономической и технологической поддержки ВЯД, то стандартизацией наряду с уполномоченными международными и государственными структурами (при координирующей роли Росстандарта), несомненно, должны заниматься профессиональные сообщества – объединения как собственно выставочников (прежде всего УФИ – глобальная ассоциация организаторов и владельцев национальных и международных выставок и различных выставочных объединений, а также их партнеров), так и компаний (вне зависимости от формы их собственности) и предпринимателей. В координации этих процессов особая функция осуществляется РСВЯ и Торгово-промышленной палатой РФ. Вопросы же регулирования относятся скорее к компетенции государства, которое заинтересовано в развитии ВЯО как механизма, упрощающего диалог между национальными товаропроизводителями и потенциальными потребителями этого промышленного товара внутри страны и за ее пределами.

В декабре 2008 г. Международной организацией стандартизации (ISO – International Organization for Standardization) был утвержден первый международный стандарт проведения выставок, ярмарок и трансграничных событийных мероприятий – ISO 25639:2008. Он регулирует выставочную терминологию (ISO 25639-1) и статистическую отчетность в этой отрасли (ISO 25639-2:2008). Затем был разработан международный стандарт ISO 20121:2012 (Event sustainability management systems – Requirements with guidance for use). Этот стандарт нацелен на снижение негативного влияния и усиления позитивного имиджа и воздействия всех локальных и международных мероприятий.

В Российской Федерации к 2008 г. был разработан и введен в действие Национальный стандарт «Деятельность выставочно-ярмарочная. Термины и определения». В 2014 году вступил в действие обновленный ГОСТ 32608-2014 «Деятельность выставочно-ярмарочная. Термины и определения». Приказом Росстандарта № 2042-ст от 21.12.2017 г. были утверждены изменения к национальному стандарту «Деятельность выставочно-ярмарочная. Основные положения» (ГОСТ Р 56765-2015). Действуют ГОСТ Р ИСО 25639-1-2015 «Выставки, ярмарки, конгрессы. Часть 1. Словарь», ГОСТ 20519-75 «Система стандартизации экспортной продукции. Экспонаты для ярмарок и выставок. Основные требования» (от 1975 года). Вопросами развития стандартов отрасли

начинают заниматься и другие организации: Национальное конгрессное бюро (НКБ), Роскачество, Торгово-промышленная палата РФ. Стандартизация ВЯО в РФ существует на достаточно детальном уровне, но вместе с тем нет ее полной интеграции и увязки с системой международных стандартов ISO.

В целом к 2018 г. в Российской Федерации принято и действует более 200 законодательных актов общего характера, регулирующих ВЯО: начиная с основополагающих кодексов (Гражданского, Налогового, Таможенного кодексов). К определяющим функционирование ВЯО актам относятся и многие федеральные законы, регламентирующие экспорт, валютный контроль, маркетинг и рекламу, поддержку малого и среднего предпринимательства, использование товарных знаков и другие. Законотворческий процесс, активно проводимый и поддерживаемый ТПП РФ, привел к принятию Правительством России 10 июля 2004 года Распоряжения № 1273–р, одобряющего «Концепцию развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации». Ключевой для отрасли федеральный закон о ВЯД до настоящего времени не принят, хотя в 2018 г. возобновлена совместная работа отраслевого выставочного сообщества, промышленников и органов исполнительной власти в этом направлении.

Применение международных, национальных, отраслевых и региональных стандартов в процессах ВЯД предполагает их мониторинг и сертификацию на соответствующих уровнях. Это и является, или должно являться, одной из главных функций различных органов, организаций и ассоциаций компаний, непосредственно осуществляющих ВЯД. Основными же критериями и принципами деятельности этих координирующих структур, как обосновано в диссертации, должны служить долгосрочные стратегические ценности и интересы посетителей и экспонентов выставок и ярмарок. В диссертации показано, что такой подход соответствует основным философским постулатам онтологии и экзистенциализма, двух школ, лежащих в основе теории стратегии и методологии ее реализации¹². Именно подобный подход в значительной степени пытаются реализовывать указанные выше Всемирная ассоциация выставочной индустрии, Российский союз выставок и ярмарок, Ассоциация выставочной индустрии Германии и другие подобные им объединения.

Как показано в диссертации, новая формирующаяся отрасль выявляет острую необходимость в специально подготовленных кадрах – ВЯО нужны лидеры, руководители и менеджеры выставочных проектов, дизайнеры

¹² Kvint Vladimir, Strategy for the Global Market: Theory and Practical Applications. New York, London: Routledge, 2015, pp. 30-36.

экспозиций, выставочные маркетологи, специалисты по конгрессной деятельности, логистике, таможенному праву, по проектированию и эксплуатации выставочных комплексов. В настоящее время идет дискуссия о профессиональных образовательных стандартах в отрасли, инициированная Торгово-промышленной палатой РФ и РСВЯ. Среди стандартов, закрепленных за Советом по профессиональным квалификациям торговой, внешнеторговой и по отдельным видам предпринимательской и экономической деятельности ТПП РФ (СПК ТПП РФ), - профессиональные стандарты «Специалист по выставочной деятельности в сфере торгово-промышленных выставок» и «Специалист по конгрессной деятельности», разработчиком которых выступает РСВЯ. Первый из упомянутых стандартов создан и утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты РФ № 612 Н от 09.11.2016г.

По оценке экспертов ТПП РФ положения стандарта коснутся более 80 тыс. российских предприятий, участвующих в выставках и имеющих в своем штате работников, отвечающих за организацию эффективного участия в них¹³.

Необходимость разработки подобного стандарта предусматривалась еще принятым в 2014г. «Планом мероприятий по реализации «Концепции развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в РФ».

Но помимо этих стандартов нужны стандарты по другим выставочным специализациям, таким как застройка выставочных экспозиций, проектирование и строительство выставочных комплексов и другим. Назрела необходимость в создании системных учебных планов подготовки и переподготовки специалистов ВЯО.

4. Оценка общественной и экономической эффективности ВЯД с позиций каждого из субъектов отрасли является необходимым условием развития отрасли и формирования ее стратегии.

Определение общественной и экономической эффективности выставочно-ярмарочной отрасли с позиций каждого из ее участников повышает результативность деятельности промышленных предприятий. Эффективность (и способы ее измерения) зависит от субъектов, их свойств и функций: организатора выставки, участника, профессионального посетителя.

Согласно подходу, выработанному профессором В.Н. Лившицем¹⁴, необходима комплексная оценка эффективности любого проекта, в основе

¹³ Профессиональный стандарт по выставочной деятельности принят, впереди – подготовка учебных программ. URL: https://tpprf.ru/ru/exhibition_activity/legal_acts/news/171912/

¹⁴ Валенский П.Л., Лившиц В.Н., Смоляк С.А. Оценка эффективности инвестиционных проектов: Теория и практика: Учебное пособие. – 5-е изд., перераб. и доп.-М.:Поли Принт Сервис, 2015г.,-1300 с.

которой лежат принципы оценки его совокупных затрат и совокупных результатов – методологические, методические, операциональные. На наш взгляд, при выработке подхода к оценке эффективности ВЯД целесообразно использовать следующие принципы оценки стратегически важного проекта, из числа предложенных в вышеупомянутом исследовании:

Принцип согласования интересов (методологический принцип). Применяя этот принцип, необходимо учитывать наличие разных участников выставочного проекта и необходимость согласования их интересов: каждому субъекту выставочно-ярмарочной отрасли должно быть более выгодно участвовать в выставке, чем отказаться от ее проведения или участия в ней.

Принцип сравнения (методический принцип). Необходимо сравнение затрат и доходов каждого участника отрасли в ситуации реализации выставочного проекта с ситуацией отказа от его проведения.

Принцип уникальности проекта (методический принцип). Этот принцип при оценке эффективности ВЯД сущностно и стратегически является одним из определяющих. Специфика отрасли в целом, как и специфика отдельных международных промышленных выставок, охватывающих все сферы промышленности и экономики от ТЭК до индустрии детских товаров и от металлообработки до рекламных технологий, непосредственно влияет на рентабельность мероприятия и отдачу от инвестиций для каждой из сторон.

Организационный принцип (относится к операциональным принципам). При изменении организационного механизма реализации проекта может измениться и оценка его эффективности. Например, учет фактора со-финансирования государством затрат экспонентов на участие в выставках становится важнейшим элементом выставочного процесса и меняет в корне весь механизм финансирования выставок.

Принцип учета национальных приоритетов (также относится к операциональным принципам). Для любого государства механизм ВЯД – это способ реализации собственных национальных стратегических приоритетов. Поддержка экспортеров, демонстрирующих инновационную промышленную продукцию и новейшие технологии на выставках, патронат важнейших отраслевых промышленных выставок, создаваемое информационное поле, обеспечение участия представителей министерств и ведомств в деловой программе выставок - всё это формы реализации стратегии государства.

С позиций оценки стратегических интересов целесообразно выделять пять основных типов «игроков» - участников ВЯД: государство (регион), экспонент (компания - участник выставки), профессиональный посетитель, организатор

выставки и выставочная площадка (комплекс) (рисунок 5). Каждый из них несет определенные затраты, связанные с проведением выставки, получает поддающиеся учету выгоды и оценивает собственные показатели эффективности процесса.



Рис. 5. Участники процесса выставочно-ярмарочной деятельности¹⁵

Теоретически и методологически целесообразно оценивать два типа эффективности ВЯД, имеющих, в значительной степени, различную экономическую природу и качественные характеристики – общественную и экономическую (или бюджетную, коммерческую) (рисунок 6).

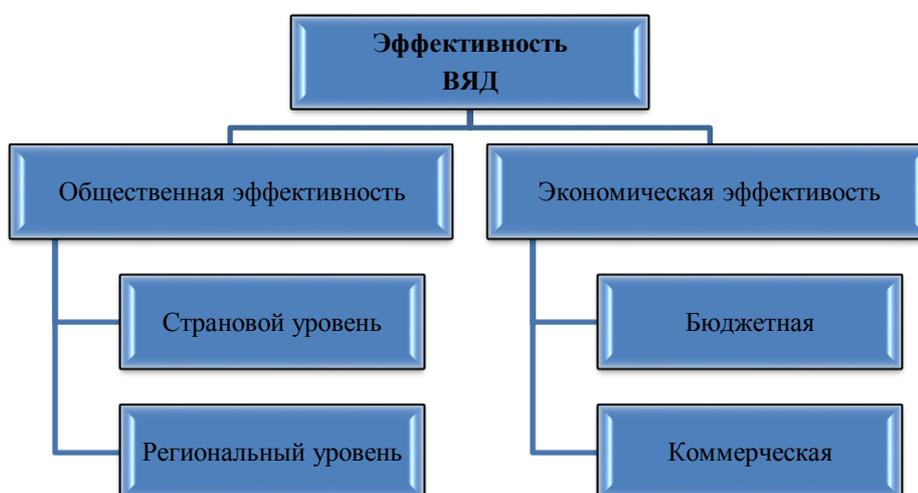


Рис. 6. Эффективность выставочно-ярмарочной деятельности¹⁶.

Выставочная деятельность, как один из важнейших инструментов реализации стратегии государства и регионов, способствует продвижению промышленных товаров и услуг, внедрению высокотехнологичных производств, росту производственного экспорта, привлечению инвестиций и укреплению

¹⁵ Рисунок составлен автором

¹⁶ Рисунок составлен автором

экономического потенциала государства и регионов. Выставочно-ярмарочная и конгрессная деятельность вносит значительный косвенный вклад и в валовый региональный продукт региона проведения мероприятий. Помимо платежей от собственной деятельности выставочные центры генерируют денежные поступления от широкого спектра сервисных услуг, связанных с расходами экспонентов и посетителей на услуги городской инфраструктуры: гостиницы, транспорт, связь, питание, досуг и т.д. Проведение выставок положительно сказывается на увеличении выручки транспортных и логистических компаний. В целом, по оценкам специалистов, в России 1 рубль, вложенный в развитие выставочной деятельности, приносит до 5-6 рублей в бюджеты всех уровней.

По данным исследовательской компании JWC вклад посетителя выставки в экономику составляет в среднем 800 евро, при этом около 96 евро приносит отечественный посетитель и около 4 500 евро – иностранный. Вклад экспонента существенно значительней – 77 000 евро¹⁷.

Уровень занятости населения является важным фактором экономической и социальной стабильности. Проведение выставок стимулирует увеличение занятости постоянного персонала – сотрудников компаний-поставщиков услуг, а также является причиной появления временной работы для таких категорий персонала, как монтажники, промоутеры, переводчики, грузчики и другие, что позитивно отражается на динамике платежеспособного спроса региона. Помимо этого, выставочная индустрия сама является работодателем, привлекающим специалистов в самых разнообразных областях. В мире около 50 тысяч человек непосредственно заняты проведением выставок.

Важными параметрами, используемыми для оценки эффективности на макроуровне, могут стать количество проводимых выставочно-конгрессных мероприятий в стране (регионе), общее количество фирм-экспонентов, количество национальных и зарубежных экспозиций, общее количество посетивших мероприятия (за год) профессионалов, общий объем нетто-площади выставочных мероприятий, количество профильных выставок по отраслям промышленности и в целом народного хозяйства страны (региона) и некоторые другие.

¹⁷ <http://jwc.eu.com/en/>

Экономическая эффективность: коммерческая эффективность для организатора выставки

Расходы организатора выставки:

- реклама и продвижение выставки;
- организация деловой программы выставки;
- аренда выставочной площадки;
- маркетинговые акции по привлечению профессиональных посетителей;
- прямые и агентские расходы на привлечение экспонентов;
- другие.

Организатор выставки получает следующие доходы:

- доходы от аренды стенда;
- доходы от застройки выставочных экспозиций;
- доходы от продажи услуг;
- доходы от участников деловой программы;
- другие.

Выставочная площадка несет такие затраты как:

- коммунальные платежи;
- плата за землю и здания;
- оплата обслуживающего персонала;
- расходы на охрану;
- расходы на ремонт и реконструкцию;
- налоги;
- другие.

Основные доходы выставочной площадки:

- доходы от аренды;
- доходы от предоставления дополнительных услуг (инженерных, телекоммуникационных, кейтеринга и прочее);
- другие.

Экспонент, участвуя в выставке, получает доходы за счет решения следующих задач:

- приобретение новых байеров/заказчиков;
- расширение географии продаж;
- демонстрация и продвижение на рынок всего спектра продукции и услуг;
- ускорение сбыта продукции и товаров, путем заключения сделок и осуществления прямых продаж;
- получение отклика рынка на коммерческие предложения по представляемым образцам продукции;

- позиционирования компании, повышение ее авторитета, узнаваемости бренда, укрупнение PR компании;
- привлечение интереса со стороны СМИ и представителей государственных структур;
- ознакомление с ситуацией на рынке (тенденции, новинки, проблемы и т. д.);
- более детальное изучение рынка, сбор информации о конкурентах;
- проведение поиска кадров;
- поддержание репутации стабильной и надежной компании. («Кто есть на выставке – тот есть на рынке!»).

Экономическая эффективность: коммерческая эффективность для экспонента

Затраты экспонента складываются из расходов на:

- аренду стенда;
- застройку стенда;
- аренду оборудования;
- оплату регистрационных взносов на участие в выставке;
- дополнительные услуги для работы на выставке (персонал, интернет, вода, уборка стенда, охрана, кейтеринг и прочее);
- транспортных расходов;
- расходов по доставке и обработке грузов;
- расходов на подготовку и печать рекламных материалов;
- расходов на проживание сотрудников, питание сотрудников, их представительские расходы, визовые и другие;
- другие.

Доходы экспонента представляют собой:

- Доходы от заключенных контрактов.

Таблица 1. Качественные и количественные критерии эффективности выставки для экспонента

Количественные критерии	Качественные критерии
Анализ бюджета (сопоставление расходов и доходов)	Интерес посетителей к представленным продуктам и услугам
Количество посетителей на стенде, новых контактов	Мнение о стенде и представленной информации
Количество договоров о продаже, подписанных во время и после выставки	Собранная информация о конкурентах
Количество информационных материалов, переданных посетителям	Новые каналы распространения
Количество материалов, вышедших в СМИ и т.д.	Потенциальные новые деловые партнеры и т.д.

Источник: Материалы агентства выставочного консалтинга ExpoEffect¹⁸

¹⁸ <http://www.expoeffect.ru/>

Экономическая эффективность: коммерческая эффективность для профессионального посетителя

Расходы:

- транспортные расходы;
- расходы на проживание и питание;
- расходы на участие в деловой программе;
- другие.

Доходы:

- новые контакты;
- доходы от заключенных контрактов;
- другие.

Анализ и сопоставление доходов и расходов для каждого из субъектов отрасли позволит провести оценку общественной и экономической эффективности ВЯД. Данный анализ можно проводить как на уровне участника ВЯО, так и с позиций региона или государства в целом. Тем самым, будут выработаны ключевые ориентиры развития промышленных выставок, которые должны быть включены в стратегию развития ВЯО.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Современный этап становления и развития выставочно-ярмарочной отрасли демонстрирует, что она становится мощной индустрией, обеспечивающей коммуникацию между участниками отраслей экономики и реализацию государственных интересов. В диссертационной работе обосновано формирование новой экономической отрасли – выставочно-ярмарочной, являющейся способом продвижения промышленной продукции, услуг, технологий на национальный и международный рынки. Выставочно-ярмарочная отрасль, как и любая другая отрасль экономики, призвана отражать и способствовать реализации интересов субъектов выставочно-ярмарочной деятельности. В России в масштабах государства – это национальные интересы России.

Конечным целевым ориентиром этих интересов является повышение качества жизни населения Российской Федерации. Следовательно, государственными приоритетами, особенно в условиях политической напряженности, связанной с переходом от однополярного мира к многополярному, являются воспроизводство и развитие технологического потенциала страны. Еще одним наиболее влиятельным и глобальным трендом, который можно указать в качестве следующего интереса, реализации которого должно способствовать ВЯД, является информационное развитие, включающее

цифровизацию экономики. Органичная функция ВЯД – реализация интересов Российской Федерации в сфере международного научно-технического и инновационного промышленного сотрудничества. Для комплексного и логичного продвижения этих интересов необходимо определить приоритеты и отразить их в целях и целевых программах государственной и региональных стратегий развития ВЯО.

В настоящем исследовании сформулирована методология стратегирования промышленных выставок и всей выставочно-ярмарочной отрасли, способы ее государственного регулирования и стандартизации, государственные приоритеты, которые могут быть реализованы через механизмы выставок.

Предложена классификация уровней, видов и принципов эффективности ВЯД, определены подходы к оценке общественной и экономической эффективности ВЯД с позиций каждого из субъектов отрасли, целями которых является продвижение промышленной продукции и технологий на рынки, повышение эффективности своей деятельности.

Дальнейшие перспективные направления научных экономических исследований автора будут связаны с построением качественно-количественной модели оценки эффективности промышленной выставки, как для организатора, так и для экспонента с учетом отраслевых особенностей, цикла проведения и стадии развития проекта промышленных выставок. Данные показатели эффективности могут использоваться для построения как корпоративных стратегий, так и при разработке рекомендаций по созданию стратегии ВЯО в целом.

СПИСОК РАБОТ, ОПУБЛИКОВАННЫХ АВТОРОМ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

I. Основные научные результаты диссертации, опубликованные в рецензируемых научных изданиях (ВАК), индексируемых в базах данных

1. Садовнича А.В. Выставочно-ярмарочная деятельность как эффективная организационная форма реализации стратегических интересов государства // Управленческое консультирование. 2017. № 7 (103). С. 96-109.

2. Садовнича А.В. Регулирование и стандартизация как функция и форма стратегирования выставочно-ярмарочной отрасли (на материалах промышленных выставок) // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. 2018. Том 11. № 3. 2018. С. 85-95.

3. Садовнича А.В. Формирование систем стратегического регулирования и мотивирования выставочно-ярмарочной отрасли // Экономика в промышленности. 2018. Том 11. № 3. С. 215-225.

4. Садовнича А.В. Общественная и экономическая эффективность выставочно-ярмарочной деятельности: методология и практика. // Экономическое возрождение России. 2019. №1(59). С.76-85.

II. Монография

1. Садовнича А.В. Стратегирование выставочно-ярмарочной деятельности. СПб, РАНХиГС, 2019., 93 с.

III. Прочие научные публикации, опубликованные по теме кандидатской диссертации

1. Садовнича А.В. Выставочный бизнес как элемент содействия инновационному развитию экономики // Научные труды Международного Союза экономистов и Вольного экономического общества России. 2010. Том 134 (31), с.103-114.

2. Садовнича А.В. Выставочно-конгрессная деятельность – важнейший инструмент развития и укрепления экономики стран: опыт главной выставочной площадки // Научные труды Международного Союза экономистов и Вольного экономического общества России. 2014. Том 185 (39), с.319-324.

3. Садовнича А.В. Выставки как инструмент международной экономической интеграции // Научные труды Международного Союза экономистов и Вольного экономического общества России. 2015. Том № 40, с.116-122.