

УДК 338.4

DOI 10.21685/2072-3016-2019-2-22

С. С. Змияк, Н. С. Яровая, Л. А. Зинченко, А. О. Скворцов

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЭКСПОБИЗНЕСА В РОССИИ

Аннотация.

Актуальность и цели. Интегрированная и глобальная мировая экономика изменяет направления функционирования мирового сообщества, и происходит это с участием экспобизнеса, который стремительно растет и наращивает объемы прибыли. Экспобизнес увеличивает масштабы деятельности на региональном, национальном и мировом уровнях, расширяет открытость своих границ, выступает как самостоятельный сегмент мировой экономики. Экспобизнес визуализирует рост основных сфер мировой и национальной экономики, способствует созданию бизнес-союзов для эффективного сотрудничества компаний. В связи с современными тенденциями меняются место и роль экспобизнеса в мировой экономике. Цель работы – проанализировать современные проблемы и тенденции развития экспобизнеса в Российской Федерации.

Материалы и методы. Реализация исследовательских задач была достигнута на основе анализа основных факторов, способных дестабилизировать и ухудшить показатели развития, препятствующие эффективному развитию российского экспобизнеса. На развитие последнего влияют проблемы внутреннего и внешнего характера. Экономические кризисы и санкции выводят сегмент экспобизнеса из равновесия. В научном исследовании анализируется удельный вес экспобизнеса России на мировой арене. Представленный показатель не достигает уровня показателей крупнейших экспостран, поэтому можно утверждать, что потенциал развития отечественного экспобизнеса недостаточно используется. Методологической основой исследования являются методы исторического, сравнительного, пространственного анализа, которые дают возможность изучить территориальные различия экспобизнеса в мире и России, располагающего дифференциацией в размещении крупных экспоцентров, которые характеризуются высокой функциональностью, оснащенностью и востребованностью, дифференцированным масштабом экспомероприятий.

Результаты. Исследованы угрозы, способные дестабилизировать и ухудшить показатели экспобизнеса в России; факторы, препятствующие эффективному развитию российского экспобизнеса на региональном и национальном уровнях. Определены инструменты и тенденции развития отечественного экспобизнеса.

Выводы. Изучение особенностей развития экспобизнеса в России в национальном и региональном масштабе позволяет определить факторы влияния и тенденции развития этого сегмента в российской экономике. Основными целями развития российского экспобизнеса являются расширение своей клиентской базы, удержание постоянных клиентов и продвижение национальных товаров или услуг на мировом рынке. Выявленные тенденции будут способствовать глобализации российского экспобизнеса, развитию региональных площадок, формированию единого экспопространства.

Ключевые слова: экспобизнес, экспоуслуги, экспоцентр, экспоиндустрия, экспострана, Россия, регион.

© Змияк С. С., Яровая Н. С., Зинченко Л. А., Скворцов А. О., 2019. Данная статья доступна по условиям всемирной лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>), которая дает разрешение на неограниченное использование, копирование на любые носители при условии указания авторства, источника и ссылки на лицензию Creative Commons, а также изменений, если таковые имеют место.

S. S. Zmiyak, N. S. Yarovaya, L. A. Zinchenko, A. O. Skvortsov

MODERN TRENDS OF EXPOBUSINESS DEVELOPMENT IN RUSSIA

Abstract.

Background. The integrated and global world economy changes the direction of world community functioning and it happens with the participation of the expo business, which is growing rapidly and increasing the volume of profit. The Expobusiness expands the scope of its activities at the regional, national and world levels, expands its borders, acts as an independent segment of the world economy. The Expo-Biznes visualizes the growth of the main spheres of the world and national economy, contributes to the creation of business alliances for effective cooperation of companies. In connection with current trends, the place and role of the expo business in the global economy is changing. The purpose of the work is to analyze current problems and trends in the development of the expo business in the Russian Federation.

Materials and methods. The implementation of research tasks was achieved on the basis of an analysis of the main factors that could destabilize and worsen the development indicators that impede the effective development of the Russian expo business. The development of the Russian expo business is influenced by internal and external problems. Economic crisis and sanctions lead the segment of the expo business out of balance. The scientific study analyzes the specific weight of the expo business of Russia on the world stage, the presented indicator does not reach the level of indicators of the largest exponents, therefore it can be argued that the potential of development of the domestic expo business is not sufficiently used. The methodological basis of the research is the methods of historical, comparative, spatial analysis that make it possible to study the territorial differences in the expo business in the world and in Russia, which has differentiation in the location of large exhibition centers, characterized by high functionality, equipment and capacity, and the different scale of exhibits.

Results. Threats that could destabilize and worsen expo-business indicators in Russia are investigated; factors that impede the effective development of the Russian expo business at the regional and national levels. The instruments and tendencies of development of the domestic expo business are determined.

Conclusions. The study of the peculiarities of the development of the expo business in Russia at the national and regional scale makes it possible to determine the factors of influence and development trends of this segment in the Russian economy. The main objectives of the development of the Russian expo business are the expansion of its client base, the retention of regular customers and the promotion of national goods or services on the world market. The identified trends will contribute to the globalization of the Russian expo business, the development of regional sites, the formation of a single expo-space.

Keywords: expo business, exposition, expocentre, expo industry, expo, Russia, region.

Экспобизнес в России начинает развиваться в период 1990-х гг. в связи с историческими особенностями становления российской экономики. Постепенно интегрируясь в мировое пространство, российская экономика открывает новые границы для развития экспобизнеса. Экпоуслуги на мировом рынке выступают стремительно растущим и активно укрепляющим свои позиции

сектором. В современный период в России экспобизнес становится одним из прибыльных секторов национальной экономики [1].

Удельный вес российского экспобизнеса на мировой арене, по официальным данным, достигает более 0,8 %. На основе статистического рейтинга Международной ассоциации конгрессов и конференций (ИССА) Россия по количеству прошедших экспомероприятий находится на 22-й позиции [2]. Данная ситуация прежде всего связана с тем, что внешняя среда отечественного экспобизнеса проходит этап активного образования базовых механизмов организации и продвижения российской экспоуслуги на национальном и мировом рынках.

На основе анализа статистических данных Всемирной ассоциации выставочной индустрии (UFI) можно сделать вывод, что экспобизнес России располагает крупными экспоцентрами, которые характеризуются высокой функциональностью, оснащенностью и вместимостью, дифференцированным масштабом экспомероприятий. Среди мировых центров экспоиндустрии России выделяют Москву, Санкт-Петербург и Екатеринбург (табл. 1).

Таблица 1

Топ-10 мест проведения экспомероприятий в России за 2018 г. [3]

Город	Экспокомплекс	Площадь, тыс. м ²
Москва	Международный выставочный центр «Крокус Экспо»	404,4
Москва	Центральный выставочный комплекс «Экспоцентр»	338,0
Санкт-Петербург	Конгрессно-выставочный центр «Экспофорум»	310,0
Екатеринбург	Международный выставочный центр «Екатеринбург-Экспо»	200,0
Санкт-Петербург	ОАО «Ленэкспо»	190,0
Москва	Выставка достижений народного хозяйства (ВДНХ)	184,0
Краснодар	Выставочный и конгресс-центр Expograd Yug	120,0
Москва	Конгрессно-выставочный центр «Сокольники»	110,0
Новокузнецк	Кузбасская ярмарка	106,8
Краснодар	Региональный выставочный центр «Кубань ЭКСПОЦЕНТР»	105,6

Темпы роста инвестиций в российский экспобизнес соответствуют общемировым тенденциям. Анализ показывает, что особенно активно российские участники экспобизнеса вкладывают в рекламные кампании, в приобретение технического оснащения, в программы организации делового и социального имиджа.

Годовой объем экспомероприятий, проводимых на территории России, достигает более 12 тыс. Региональный разрез по представленной статистике Выставочного научно-исследовательского центра (ВНИЦ) R&C основывается в Центральном федеральном округе и Северо-Западном федеральном округе. Так, на Москву приходится более 5 тыс. экспомероприятий, на Санкт-Петербург – более 3 тыс. крупномасштабных экспомероприятий.

За последнее десятилетие доля экспобизнеса в ВВП России постепенно набирает обороты, однако представленный показатель не достигает уровня показателей крупнейших экспостран, поэтому можно утверждать, что потенциал развития отечественного экспобизнеса недостаточно используется (рис. 1).

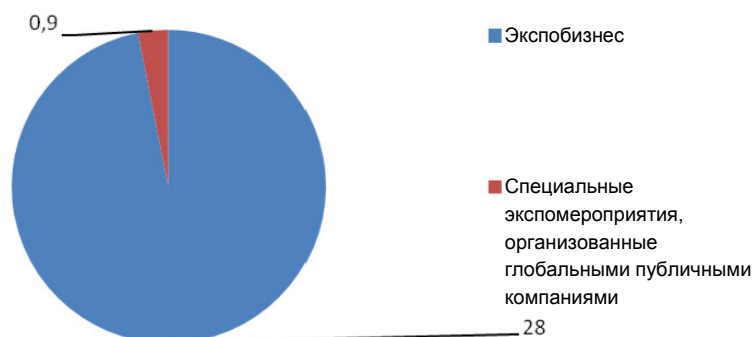


Рис. 1. Доля российского экспобизнеса за 2018 г., млрд руб. [4]

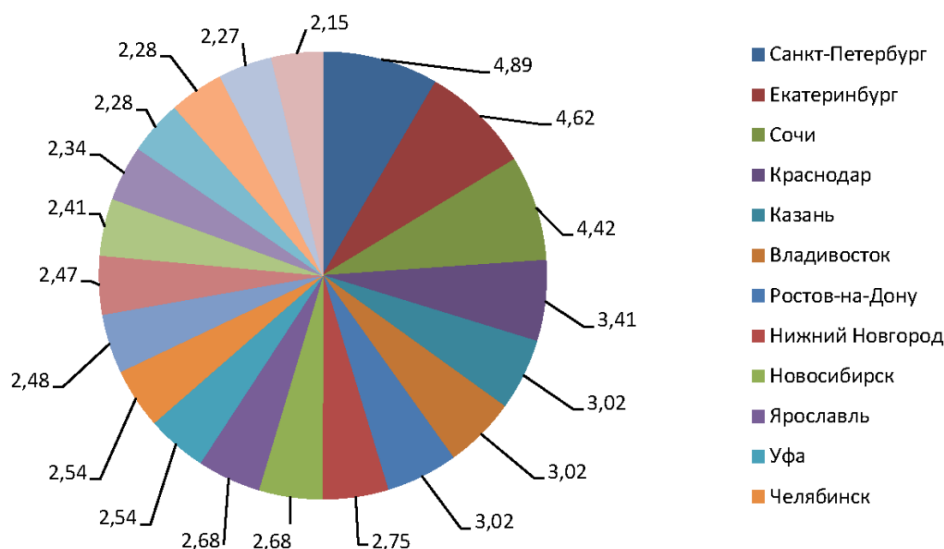
Главным элементом для поддержания процессов развития является региональный экспобизнес, выступающий составной частью российского экспобизнеса. Экспобизнес регионов является макроэкономическим инструментом влияния на внутренний рынок, элементом образования имиджа региона, содействуя функционированию бизнес-деятельности компаний и способствуя росту доходов в местные бюджеты [5].

Тенденция эксполокализации расширяет деятельность национальных компаний, увеличивает спрос на отечественный товар, способствует взаимодействию внутри региона, между регионами и странами, выводя компании на новый уровень мировых бизнес-связей. В связи с этим Концепция развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности России до 2020 г. ставит задачи реализовать разнообразные программы, индивидуальные региональные положения, механизмы, инструменты и принципы эффективного функционирования [6].

Новые подходы вызвали и новые тенденции в данной сфере. На площадке функционирования экспобизнеса возникают новые экспоцентры. В частности, в Казани строится Международный выставочный центр «Казань Экспо». Внедряются в экспорынок вновь пришедшие компании из Уфы. Развиваются экспоцентры в Новосибирске и Самаре.

Региональная экспоиндустрия расширяет потенциал локальных компаний и региона в целом. Современные тенденции, характерные для российского экспобизнеса, повышают привлекательность региона для зарубежных экспоорганизаторов.

Анализ рейтинга событийного потенциала регионов России 2016 г., представленного ВНИЦ R&C, позволяет выявить основные тенденции и направления развития российского экспобизнеса. Из данного рейтинга элиминирована Москва как объект, создающий непропорциональность и деформацию материалов исследования (рис. 2).

Рис. 2. Топ-20 рейтинга событийного потенциала регионов РФ¹ [7]

Лидером в данном рейтинге выступает Санкт-Петербург, принимающий крупномасштабные бизнес-митинги и экспомероприятия, имеющий звание культурного центра. Данное звание подкреплено туристской премией World Travel Awards. В 2019 г. в Санкт-Петербурге планируется проведение заседания Генеральной ассамблеи ВТО, в 2020 г. – Всемирного конгресса Ассоциации сообществ шеф-поваров [8].

Особые позиции занимает г. Сочи, который раскрыл свой потенциал благодаря прохождению на его территории Олимпийских игр 2014 г. В настоящее время объекты инфраструктуры Олимпиады активно эксплуатируются в виде площадок мировых спортивных мероприятий, разнообразных экспомероприятий, праздников и шоу. Также в рейтинг вошли Казань, Краснодар, Ростов-на-Дону и др.

Кроме того, в рейтинге представлена новая площадка экспобизнеса в РФ – г. Севастополь, который обладает ярким экспопотенциалом для реализации экспомероприятий разного масштаба: курортная направленность региона, финансовая помощь федеральных и местных властей, огромные возможности для развития туристической индустрии [9]. Из этого следует заключить, что российский экспобизнес формируется и оказывает значительное влияние на развитие страны и ее регионов.

Развитие и активность экспоиндустрии зависят от социально-экономического положения страны и ее деятельности на внешних рынках. Дестабилизация внешнеэкономического положения провоцирует рыночную нестабильность, которая влияет на сферу коммерческой деятельности и тем самым

¹ Для построения рейтинга используется многофакторный анализ. Методика основывается на агрегировании различных показателей по пяти-семи параметрам, характеризующим трудовой, производственный, потребительский, инфраструктурный и туристический потенциал, а также инновационную и инвестиционную активность и финансовую стабильность региона. Интегральный рейтинг рассчитывается как сумма итоговых баллов по каждой из групп показателей с учетом весовых поправок. При составлении рейтинга используется общедоступная информация из открытых источников.

негативно отражается на показателях экспоиндустрии. Под угрозами экспобизнеса понимаются факторы дестабилизации и ухудшения его основных показателей: глобализация, которая последовательно стирает национальные особенности проведения экспомероприятий, но в то же время позволяет осуществлять операции экспобизнеса во всемирном масштабе с использованием инновационных средств коммуникации и слаженной логистики; виртуализация экспомероприятий с применением интернет-ресурсов; дерегуляция, предполагающая возможный отказ от государственного регулирования сферы экспобизнеса.

К основным факторам, препятствующим эффективному развитию российского экспобизнеса, относятся существующая нормативно-правовая база, недостаточная поддержка государством данного сегмента, дефицит экспокомплексов, отвечающих мировым стандартам и др. [10]. Особо хочется отметить такой фактор, как недостаток квалифицированных специалистов в данной отрасли.

Указанная проблема обусловливается отсутствием системного подхода к подготовке специалистов, обладающих не только знаниями в сфере экономики, маркетинга, связей с общественностью, психологии, сервисологии, а также специальными навыками – осведомленностью о специфических направлениях организации и техники проведения международных, национальных и региональных экспомероприятий. Активную политику в данном направлении ведет Российский союз выставок и ярмарок (РСВЯ), который постоянно разрабатывает и публикует различные методические пособия для сферы выставочного менеджмента. Также проводится огромное количество семинаров для сотрудников экспокомпаний; популярностью пользуются выездные семинары, направленные на обмен опытом с разными странами.

На развитие российского экспобизнеса влияют проблемы не только внутреннего характера, но и внешнего. Экономические кризисы и санкции выводят сегмент экспобизнеса из равновесия. Снижение темпов оказывает влияние на масштаб потребления продукции любого вида, в том числе и услуг, при этом клиентская база участников экспомероприятий сужается, а количество их посетителей сокращается [11].

В связи с политикой импортозамещения российский экспобизнес нуждается в новых подходах для реализации своего потенциала, в связи с чем руководством государственных органов и Торгово-промышленной палатой РФ был сформирован уникальный проект – BE IN RUSSIA (Best Event in Russia), демонстрирующий возможности России как привлекательной экспоплощадки. BE IN RUSSIA является инструментом импортозамещения. Цель проекта – активный рост информированности иностранных и российских заказчиков и экспоорганизаторов об экспопотенциале России [12].

Проблемы развития экспобизнеса регионов РФ хотя и носят региональный характер, но базируются на общероссийских недостатках данной системы. К основным можно отнести [13]:

- недостаточное развитие правовой базы на федеральном и областном уровнях, координирующих экспобизнес;
- отсутствие у ряда регионов концепций развития экспобизнеса;
- неэффективный механизм взаимодействия структур экспобизнеса и государственных местных структур;

- цикличность тематических направлений экспомероприятий;
- недостаточные количество и качество выставочной инфраструктуры экспокомплексов, соответствующих мировым и отечественным параметрам, что развивает монополизм данных центров;
- недобросовестная конкуренция экспокомпаний.

Для расширения взаимодействия регионов России в развитии экспобизнеса следует сделать акцент на развитии конкурентоспособности региона в данной сфере. Только в этом случае экспобизнес может стать инструментом экономического подъема региона.

В связи с этим следует:

1) разрабатывать имиджевую составляющую регионов России, для того чтобы рассматривать регионы как крупные площадки для проведения экспомероприятий, в том числе и мирового уровня. Более результативно данный процесс реализуется в Москве. Именно этот город формирует активность всего отечественного экспобизнеса, чему немало способствует созданный в 2016 г. выставочный бренд столицы “Made in Moscow”. Основная его цель заключается в продвижении московской продукции на внутренние и внешние рынки. Проект уже дает результаты. Специалисты подсчитали, что 1 руб., вложенный в программу “Made in Moscow”, приносит экспортную прибыль московским компаниям свыше 95 руб., и при этом в бюджет Москвы возвращается более 2 руб. [14];

2) обеспечить условия для увеличения доли региональных экспомероприятий, отличающихся инновационной формой и содержанием. Главной задачей в данном случае выступает развитие инновационной среды, продвижение региональных инновационных компаний и научно-технических достижений на зарубежный рынок [15];

3) создать новые условия для активизации процессов отечественного экспобизнеса за счет повышения эффективности event-бизнеса (конгрессионной деятельности) путем организации форумов, деловых встреч и мероприятий, выставок разнообразной тематической направленности.

В российской практике экспобизнеса с 2017 г. функционирует ассоциация «Национальное конгресс-бюро России». Данная организация представляет собой особый вид деловых связей между правительством субъектов (регионов) государства и экспоучастниками, являющимися членами этой ассоциации и вносящими годовые отчисления. Сумма таких отчислений для экспокоманий определяется исходя из объемов прибыли. Ассоциация оказывает поддержку в виде финансирования, которое составляет половину бюджета. Каждый регион выбирает персональную форму для создания и функционирования ассоциации в своем регионе, учитывая активность экспобизнеса и туристического бизнеса, степень развития экспокоманий [16].

Целью ассоциации «Национальное конгресс-бюро России» является образование унифицированного информационного экспопространства для экспоорганизаторов и мировых байеров, выбирающих страну проведения экспомероприятия. Данная ассоциация также обладает функцией национального организатора, сотрудничая с локальными конгресс-бюро, что позволяет максимально учитывать преимущества конкретного региона с учетом его инфраструктуры и других особенностей. Локальные конгресс-бюро в свою оче-

редь взаимодействуют с местными органами власти и бизнесом, создавая условия для развития экспобизнеса.

Таким образом, основным вектором российского экспобизнеса должно стать создание благоприятных условий для развития интеграционных процессов экспоиндустрии внутри страны при обязательном взаимодействии государственных и предпринимательских структур.

Ассоциация «Национальное конгресс-бюро России» интенсивно формирует связи с иностранными ассоциациями, сотрудничает с Международной ассоциацией конгрессов и конференций (ICCA), Союзом международных ассоциаций (UIA), Европейской федерацией конгрессных городов (EFCT). Кроме того, ассоциация вносит свой вклад в создание положительной экспореputации России как важного участника мирового экспобизнеса.

Анализ развития российского экспобизнеса позволяет выявить следующие закономерности и тенденции:

- наличие устойчивого потенциала для развития;
- укрепление национальной экспореputации, т.е. известности субъекта (национального/регионального) за пределами его функционирования;
- активизация совместной деятельности государственных и бизнес-структур по укреплению российской экспореputации;
- усиление имиджевой составляющей регионов и городов России в целом и в экспобизнесе в частности;
- необходимость модернизации материально-технической базы российского экспобизнеса и развития региональной инфраструктуры экспобизнеса.

Роль экспобизнеса в мировой и национальной экономике возрастает, формирует мощное пространство экспоиндустрии, раскрывает экономические, инвестиционные, организационные и другие аспекты потенциала экономик стран, регионов и мира в целом. Глобализация экспобизнеса, несмотря на определенные угрозы, в конечном счете будет только способствовать развитию региональных площадок, формированию единого и конкурентоспособного экспопространства.

Библиографический список

1. Профессиональный взгляд на настоящее и будущее конгрессной отрасли России // Время конгрессов. – 2016. – № 3. – URL: http://pressa.ru/files/issue/private/congresstime/2016/03-2016/raw_issue/congresstime-2016-03-2016.pdf
2. **Плотников, В. В.** Международные тенденции развития выставочно-ярмарочной деятельности / В. В. Плотников // Экономика и предпринимательство. – 2017. – № 9-3 (86). – С. 744–746.
3. **Хорева, Л. В.** Особенности конгрессно-выставочного бизнеса в Санкт-Петербурге: проблемы и перспективы / Л. В. Хорева, А. Г. Галиуллина // Актуальные проблемы развития сферы услуг : сб. науч. тр. – Санкт-Петербург, 2016. – С. 97–101. – URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_29926481_44553048.pdf
4. Индустрия встреч как драйвер развития экономики. Региональный аспект. – URL: http://mcconsult.ru/netcat_files/userfiles/Meetings_Industry_as_a_Driver_of_the_Economic_Development_Regional_Aspect.pdf
5. **Змияк, С. С.** Проблемы управления в сфере социального партнерства в Российской Федерации / С. С. Змияк // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. – 2016. – № 1. – С. 73.

6. Концепция развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации. – URL: <http://www.uefexpo.ru/?id=45682>
7. Рейтинг событийного потенциала регионов России 2016 года. – URL: <https://www.expoclub.ru/press/39098/>
8. Exhibition world. – URL: <http://www.exhibitionworld.co.uk/2017/10/23/ruef-reports-small-increase-indicators-exhibition-activity-russia/>
9. Анализ конгрессно-выставочного рынка 2016. – URL: <https://generalexpo.ru/news/articles/4919>
10. Матюк, И. А. Особенности выставочно-ярмарочной деятельности / И. А. Матюк // ИнноЦентр. – 2017. – № 2 (15). – С. 1–5.
11. Симонов, К. В. Выставочная индустрия России под влиянием сил конкуренции / К. В. Симонов // Современная конкуренция. – 2016. – Т. 10, № 1 (55). – С. 67–81.
12. Be in Russia. – URL: <http://beinrussia.ru/>
13. Улановская, О. Н. Рыночный подход к установлению оптимальной цены участия экспонентов в региональных выставках (ярмарках) / О. Н. Улановская // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). – 2016. – № 3 (55). – С. 67–72.
14. Сделано в Москве. Made in Moscow. – URL: <http://www.moscowcvb.org/made-in-moscow/about.php>
15. Симонов, К. В. Экспобизнес России на пути создания инновационных выставок / К. В. Симонов // Инновационное развитие экономики. – 2015. – № 6 (30). – С. 28–31.
16. Национальное конгресс-бюро. – URL: <http://russiacb.com/>

References

1. *Vremya kongressov* [The age of congresses]. 2016, no. 3. Available at: http://pressa.ru/files/issue/private/congresstime/2016/03-2016/raw_issue/congresstime-2016-03-2016.pdf [In Russian]
2. Plotnikov V. V. *Ekonomika i predprinimatel'stvo* [Economics and entrepreneurship]. 2017, no. 9-3 (86), pp. 744–746. [In Russian]
3. Khoreva L. V., Galiullina A. G. *Aktual'nye problemy razvitiya sfery uslug: sb. nauch. tr.* [Topical problems of development of services: collected papers]. Saint-Petersburg, 2016, pp. 97–101. Available at: https://elibrary.ru/download/elibrary_29926481_44553048.pdf [In Russian]
4. *Industriya vstrech kak drayver razvitiya ekonomiki. Regional'nyy aspekt* [The industry of meetings as a driver of economic development. The regional aspect]. Available at: http://mccconsult.ru/netcat_files/userfiles/Meetings_Industry_as_a_Driver_of_the_Economic_Development_Regional_Aspect.pdf [In Russian]
5. Zmiyak S. S. *Gosudarstvennoe i munitsipal'noe upravlenie. Uchenye zapiski SKAGS* [State and municipal administration. Proceedings of SKAGS]. 2016, no. 1, p. 73.
6. *Kontseptsiya razvitiya vystavочно-yarmarochnoy i kongressnoy deyatel'nosti v Rossiyskoy Federatsii* [The conception of exposition and congress activity development in the Russian Federation]. Available at: <http://www.uefexpo.ru/?id=45682> [In Russian]
7. *Reyting sobyitiynogo potentsiala regionov Rossii 2016 goda* [Rating of the event potential of Russian regions in 2016]. Available at: <https://www.expoclub.ru/press/39098/> [In Russian]
8. *Exhibition world*. Available at: <http://www.exhibitionworld.co.uk/2017/10/23/ruef-reports-small-increase-indicators-exhibition-activity-russia/>
9. *Analiz kongressno-vystavochного рынка 2016* [An analysis of the congress and exposition market in 2016]. Available at: <https://generalexpo.ru/news/articles/4919> [In Russian]

10. Matyuk I. A. *InnoTsentr* [InnoCenter]. 2017, no. 2 (15), pp. 1–5. [In Russian]
11. Simonov K. V. *Sovremennaya konkurentsia* [Modern competition]. 2016, vol. 10, no. 1 (55), pp. 67–81. [In Russian]
12. *Be in Russia*. Available at: <http://beinrussia.ru/>
13. Ulanovskaya O. N. *Vestnik Rostovskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta (RINKh)* [Bulletin of Rostov State Economic University]. 2016, no. 3 (55), pp. 67–72. [In Russian]
14. *Sdelano v Moskve*. Made in Moscow. Available at: <http://www.moscowcvb.org/made-in-moscow/about.php> [In Russian]
15. Simonov K. V. *Innovatsionnoe razvitie ekonomiki* [Innovative economic development]. 2015, no. 6 (30), pp. 28–31. [In Russian]
16. *Natsional'noe kongress-byuro* [National congress office]. Available at: <http://russiachb.com/> [In Russian]

Змияк Сергей Сергеевич

доктор экономических наук, заведующий кафедрой мировой экономики и международных экономических отношений, Донской государственный технический университет (Россия, г. Ростов-на-Дону, площадь Гагарина, 1)

E-mail: Sergey_zm@list.ru

Zmiyak Sergey Sergeevich

Doctor of economic sciences, head of sub-department of world economy and international economic relations, Don State Technical University (1 Gagarina square, Rostov-on-Don, Russia)

Яровая Наталья Сергеевна

кандидат экономических наук, доцент, кафедра мировой экономики и международных экономических отношений, Донской государственный технический университет (Россия, г. Ростов-на-Дону, площадь Гагарина, 1)

E-mail: Sergey_zm@list.ru

Yarovaya Natal'ya Sergeevna

Candidate of economic sciences, associate professor, sub-department of world economy and international economic relations, Don State Technical University (1 Gagarina square, Rostov-on-Don, Russia)

Зинченко Людмила Александровна

старший преподаватель, кафедра мировой экономики и международных экономических отношений, Донской государственный технический университет (Россия, г. Ростов-на-Дону, площадь Гагарина, 1)

E-mail: Sergey_zm@list.ru

Zinchenko Lyudmila Aleksandrovna

Senior lecturer, sub-department of world economy and international economic relations, Don State Technical University (1 Gagarina square, Rostov-on-Don, Russia)

Скворцов Алексей Олегович

кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономической теории и международных отношений, Пензенский государственный университет (Россия, г. Пенза, ул. Красная, 40)

E-mail: finep63@mail.ru

Skvortsov Aleksey Olegovich

Candidate of economic sciences, associate professor, sub-department of economics and international relations, Penza State University (40 Krasnaya street, Penza, Russia)

Образец цитирования:

Змияк, С. С. Современные тенденции развития экспобизнеса в России / С. С. Змияк, Н. С. Яровая, Л. А. Зинченко, А. О. Скворцов // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2019. – № 2 (50). – С. 231–241. – DOI 10.21685/2072-3016-2019-2-22.