

22.05.2026

Централизация и региональные прорывы

О том, как конгрессно-выставочная деятельность трансформирует ландшафт делового туризма, и какую роль играет система торгово-промышленных палат в организации межрегиональных бизнес-потоков, рассказал вице-президент Торгово-промышленной палаты России Илья Зубков.

— Можно ли считать крупные мероприятия драйвером притока деловых путешественников?

— Да, и это подтверждается статистикой. По данным Росстата, объём внутреннего делового туризма в России в 2024 году вырос и достиг 21,7 млн поездок. Эти данные были озвучены представителями Минэкономразвития России на форуме «Города России» в Екатеринбурге в конце 2025 года.

При этом важно, что структура деловых поездок практически полностью совпадает с Рейтингом событийного потенциала регионов, который составляет член Комитета ТПП РФ по выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности ВНИЦ РнС.

Лидерами остаются Москва, Московская область, Санкт-Петербург, Краснодарский край и Свердловская область —

именно те территории, где сформирована насыщенная конгрессно-выставочная повестка и выстроена инфраструктура для проведения крупных мероприятий. Деловой туризм формируется не стихийно, а как результат системной работы региона с событиями. Крупные выставки и форумы выступают точками притяжения деловой аудитории, обеспечивая стабильный поток поездок и усиливая экономическую активность.

При этом мы фиксируем и новый вызов: стоимость участия в мероприятиях растёт, что особенно чувствительно для малого и среднего бизнеса. В этой связи одной из приоритетных задач становится сохранение и поддержание потока деловых туристов именно из этого сегмента, как ключевой аудитории отрасли.

— Как система торгово-промышленных палат привлекает делового туриста в регионы?

— Система торгово-промышленных палат работает с деловым туризмом как с управляемым процессом, где ключевыми инструментами выступают формирование деловых делегаций, проведение бизнес-миссий и развитие событийной повестки.

Региональные палаты организуют целевые бизнес-миссии как внутри страны, так и за рубеж, с программой переговоров, посещением предприятий и биржами контактов. По сути, это поток деловых туристов, ориентированный на конкретный экономический результат: контракты и кооперацию.

Второй ключевой инструмент — проведение крупных собственных событий. Показателен опыт Республики Татарстан, где в рамках KazanForum проводится Международный форум ТПП. По итогам 2025 года, в форуме участвовало более 250 представителей из 18 стран и 55 регионов нашей страны. Важно, что речь идёт не только о самом мероприятии, а о комплексной модели: делегации приезжают с конкретной деловой повесткой, участвуют в переговорах, посещают предприятия и выставочные площадки. Как итог, формируется устойчивый международный поток заинтересованных деловых туристов на территорию республики.

Третье направление — системная работа региональных палат с событийной повесткой. Коллеги формируют регулярный календарь, который обеспечивает постоянное движение деловой аудитории между регионами.

Это становится возможным за счёт масштаба нашей системы. ТПП объединяет более 57 тыс. компаний, из которых

порядка 70% — малый и средний бизнес, заинтересованный в представлении себя на рынке. В контур системы также входят более 270 объединений предпринимателей и коммерческих организаций на федеральном уровне и свыше 850 бизнес-ассоциаций в регионах.

При этом мы обладаем и значительной экспертной базой. Более 110 торгово-промышленных палат напрямую вовлечены в конгрессно-выставочную деятельность, а общее количество мероприятий за 2021–2025 годы составило порядка 6 тыс., из которых 3,6 тыс. — выставки и форумы, организованные при участии палат.

Эти данные позволяют мне говорить о системе ТПП как о разветвлённой инфраструктуре формирования деловых потоков в регионы; торгово-промышленные палаты выступают не просто участниками, а, можно сказать, операторами межрегионального делового туризма.



— Насколько активно регионы развивают инфраструктуру для привлечения деловых мероприятий?

— В последние годы мы действительно наблюдаем активное развитие инфраструктуры. По данным отраслевого анализа, на 2024 год в России функционировало 59 специализированных конгрессно-выставочных центров с совокупной площадью более 1 млн кв. м. При этом крупнейшие объекты сосредоточены в Москве и Санкт-Петербурге.

Реализуется ряд новых проектов. Только в ближайшие годы запланирован ввод дополнительных мощностей в Москве, а также проекты во Владивостоке, Благовещенске и других городах.

Вместе с тем позиция ТПП РФ заключается в том, что развитие инфраструктуры должно опираться не только на количественный рост, а на реальную загрузку площадок. Сегодня ключевым вопросом является обеспеченность павильонов выставками и деловыми мероприятиями.

Мы видим, что при существующем объёме площадей в 1 млн кв. м критически важно синхронизировать ввод новых объектов с федеральной статистикой делового туризма и календарями мероприятий регионов. Только при наличии регулярной интересной событийной повестки инфраструктура начинает работать как полноценный драйвер делового туризма и региональной экономики. В противном случае возникает риск недозагрузки инфраструктуры и снижения экономической эффективности проектов.

Приоритет — сбалансированная модель развития, а не просто строительство новых центров ради статистики.

— Какие меры поддержки со стороны государства и бизнеса способствуют развитию делового туризма и выставочной деятельности?

— Один из наиболее востребованных механизмов реализуется через Российский экспортный центр, который предоставляет субсидии на участие российских компаний в зарубежных выставках и бизнес-миссиях.

РЭЦ компенсирует, как правило, базовые затраты: аренду выставочной площади и регистрационный сбор. Это важный, но достаточно узкий инструмент, ориентированный прежде всего на поддержку экспортной активности через участие в зарубежных мероприятиях.

Позиция ТПП РФ заключается в необходимости расширения мер поддержки на участие компаний в ключевых выставках и форумах внутри страны. Именно внутрироссийские мероприятия сегодня становятся точкой входа для предприятий, особенно региональных, в системную деловую активность, формируют кооперационные цепочки и подготавливают компании к выходу на внешние рынки.

В этой связи мы считаем целесообразным сохранение и тиражирование механизмов субсидирования, аналогичных инструментам РЭЦ, на национальный контур. Это позволит повысить доступность участия для малого и среднего бизнеса, усилить загрузку региональной инфраструктуры и обеспечить более равномерное развитие делового туризма в стране.