

УДК 379.85

В. С. Боголюбов

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет»,
Санкт-Петербург, e-mail: denia49@rambler.ru

С. А. Боголюбова

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет»;
Северо-Западный институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия
народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»,
Санкт-Петербург, e-mail: deni49@yandex.ru

Е. Н. Карпова

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет»,
Санкт-Петербург, e-mail: katalino4ka@gmail.com

СОВРЕМЕННЫЕ ФОРМАТЫ ДЕЛОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ: АНАЛИЗ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ

Ключевые слова: деловой туризм, деловое мероприятие, форматы деловых мероприятий, анализ, тенденции развития.

Неотъемлемой частью общественной жизни и бизнес-процессов стали деловые мероприятия. Они играют важную роль в формировании репутации предприятия, создании позитивного имиджа, укреплении внутрикорпоративных связей и отношений с партнерами, клиентами, инвесторами. Это стало особенно заметно в Санкт-Петербурге в постпандемийный период: интерес к деловым мероприятиям значительно возрос, но одновременно произошло изменение и развитие форматов. В связи с этим целью исследования явилось исследование современных тенденций развития делового туризма в Санкт-Петербурге и определение стратегически эффективных форматов деловых мероприятий. В рамках исследования применялись методы определения критериев принятия и оценки выбора решений, словарь данных и глоссарий, статистические материалы, методы анализа, сравнения и синтеза. Авторами определены наиболее востребованные формы деловых мероприятий – конференция, форумы, круглые столы. Установлено, что наиболее распространенными категориями в тематиках деловых мероприятий стали медицина, наука, промышленность и культура. Данные направления отражают высокий интерес к развитию общества и экономики, а также позволяют отметить тренд на узкую направленность проводимых мероприятий. Показано, что создаваемые деловые мероприятия обладают мощным потенциалом для развития делового туризма и конкурируют друг с другом по количеству привлекаемых участников и по качеству. Для повышения эффективности современных форматов деловых мероприятий необходимо использовать четкие критерии, качественную аналитику и современные технологии.

V. S. Bogolyubov

St. Petersburg State Economic University, St. Petersburg, e-mail: denia49@rambler.ru

S. A. Bogolyubova

St. Petersburg State University of Economics, St. Petersburg;
North-West Institute of Management, branch of the Russian Academy of National Economy
and Public Service under the President of the Russian Federation, St. Petersburg,
e-mail: deni49@yandex.ru

E. N. Karpova

St. Petersburg State Economic University, St. Petersburg, e-mail: katalino4ka@gmail.com

MODERN FORMATS OF BUSINESS EVENTS: ANALYSIS AND DEVELOPMENT DIRECTIONS

Keywords: business tourism, business event, business event formats, analysis, development trends.

Business events have become an integral part of public life and business processes. They play a crucial role in shaping the reputation of an enterprise. They create a positive image, strengthen internal corporate ties, and improve relations with partners, clients, and investors. This became especially noticeable in St.

Petersburg in the post-pandemic period: interest in business events has increased significantly, but at the same time, formats have changed and developed. In this regard, the aim of the study was to study modern trends in the development of business tourism in St. Petersburg and determine strategically effective formats of business events. The study used methods for determining criteria for making and evaluating decision choices, a data dictionary and glossary, statistical materials, methods of analysis, comparison and synthesis. The authors identified the most popular forms of business events – conferences, forums, round tables. It was found that the most common categories in the topics of business events were medicine, science, industry and culture. These areas reflect a high interest in the development of society and the economy, and also allow us to note a trend towards a narrow focus of the events held. It is shown that the created business events have a strong potential for the development of business tourism and compete with each other in the number of participants attracted and in quality. To improve the effectiveness of modern formats of business events, it is necessary to use clear criteria, high-quality analytics and modern technologies.

Введение

Деловой туризм – особая сфера индустрии путешествий, которая занимается организацией поездок в различные города и страны с бизнес-целями. Он тесно связан с событийной индустрией и является ее частью. Деловой туризм охватывает путешествия со служебными или профессиональными целями без получения доходов по месту временного пребывания. К этому виду туризма относятся поездки для участия в съездах, научных конгрессах и конференциях, производственных совещаниях и семинарах, ярмарках, выставках, салонах, а также для проведения переговоров и заключения контрактов [1].

В России на законодательном уровне выделяется конгрессно-выставочная отрасль. В 2023 году была утверждена «Стратегия развития конгрессно-выставочной отрасли в Российской Федерации на период до 2030 года», которая закрепила понятие конгрессно-выставочной отрасли и определила ее как одну из стратегически важных. Конгрессно-выставочная отрасль – инструмент активизации торгово-экономических отношений и развития внешнеэкономических связей, привлечения инвестиций и укрепления экономического потенциала страны, эффективный механизм реализации национальных целей и задач. Отрасль играет существенную роль в стимулировании обмена опытом между представителями стран, отраслей, профессий и организаций в целях выработки решений по различным сферам жизни общества [2].

В условиях современного рынка, характеризующегося обострением конкуренции, сотрудничество и деловые контакты приобретают особую значимость. Деловое мероприятие – одно из направлений, которое наилучшим образом способно удовлетворить потребность во взаимодействии в профессиональном контексте. Организация

и проведение мероприятий стали событиями, напрямую связанными с целями и стратегией развития компании.

В эпоху, когда компаниям необходимо формировать положительный имидж, создавать индивидуальность бренда и завоевывать доверие потребителей, привлечь крупные инвестиции для инфраструктурных проектов в сфере туризма, обменяться опытом и знаниями, повысить качество услуг, выбор формата делового мероприятия приобретает особую актуальность.

Цель исследования – изучение современных тенденций развития делового туризма, в том числе в крупном деловом центре – Санкт-Петербурге, а также в выявлении наиболее перспективных форматов деловых мероприятий.

Материалы и методы исследования

При написании статьи для выявления деловых потребностей и поиска решения проблем развития делового туризма был проведен анализ словаря мероприятий и научных трудов авторов Агуилера А. [3], Боголюбова В.С., Боголюбовой С.А., Карповой Е.Г. [4], Бондарева В.В. [5], Друк В.Ю., Грабара Р.Н. [6], Джао В.Ю. [7], Елизарова А.Н. [8], Растегаевой Т.Е. [9], Рицци В.В. [10], Павловой Е.А., Сергеенко В.С. [11], Савина Д.А., Мельниковой И.Г. [12], Сыманович А.С. [13], Зотова Е.Д. [14], Морозовой М.А., Зигерн-Корн [15]. Анализ материалов, представленных в работах Радыгиной Е.Г., Ошкординой А.А., Кошелевой А.И. [16], Мухиддинова И. [17], Куреневой А.А., Мионовой Л.Р., Постреловой Л.А. [18] позволил выявить формы и факторы успешности деловых мероприятий.

Основой для определения трендов в развитии делового туризма в регионах России и факторов, определяющих выбор площадок для проведения деловых мероприятий явились данные Минэкономразвития Россий-

ской Федерации, MICE Excellence и ВНИЦ R&C, Конгрессно-выставочного бюро Санкт-Петербурга [19-25].

Использование методов сравнения и синтеза данных [23-25] дало возможность выделить виды формируемых мероприятий, их востребованность, а также направления развития делового туризма в Санкт-Петербурге.

В процессе работы использован метод определения критериев принятия и оценки выбора решений с опорой на исследования Eventforce [19, 26], а также Матей Ивентс [24]. В итоге авторами была осуществлена оценка эффективности бизнес-мероприятий по основным критериям: количество участников и их отраслевая принадлежность, география участников, уровень медиа охвата, выделяемый бюджет на мероприятия, тематика и формат мероприятий.

Результаты исследования и их обсуждение

Деловой туризм как система представляет собой совокупность взаимосвязанных между собой разноформатных мероприятий [27], основная цель которых – заключить как можно больше сделок и получить прибыль. В свою очередь анализ форматов мероприятий позволяет оценить степень удовлетворенности как самим мероприятием, так и его организацией, перспективную тематику, оценить финансовую эффективность и эффективность маркетинговых стратегий, выявить сильные и слабые стороны, оценить качество проведения мероприятия [28, 29].

О необходимости оценки ивент-мероприятий указывает и А.Батукаев, менеджер по организации мероприятий компании «Фаберлик». Он подчеркивает практическое отсутствие в России оценки ивент-мероприятий. Сложность оценки эмоций людей, с одной стороны, и их практическое угасание со временем, делает оценку эмоциональной составляющей как показателя результативности мероприятия практически бесполезной. Акцент все больше смещается в сторону эффективности инвестиций. «Важно объединить все факторы: визуальную составляющую, результаты и бюджет в единое целое» [25].

Приступая к анализу и направлениям развития деловых мероприятий, очевидно, на первом этапе необходимо сначала выявить тенденции в изменении характера делового туризма в России.

По данным Министерства экономического развития Российской Федерации, в 2024 году объем российского рынка делового туризма вырос на 25%. Принимая во внимание геополитические факторы, в настоящее время главным сегментом роста конгрессно-выставочной деятельности стали внутренние мероприятия. На выбор площадки для проведения деловых мероприятий оказывают влияние экономическая активность региона, его доступность, удобная логистика, наличие инфраструктуры для проведения деловых мероприятий, состояние и развитие инфраструктуры размещения и обслуживания туристов, наличие развлекательной инфраструктуры и возможностей для разнопланового отдыха. Последнее является не менее важным аспектом, чем наличие современных конференц-залов, так как бизнес-туристы предпочитают гармонично сочетать работу и отдых во время деловой поездки. В последнее время всё больше деловых путешественников стремятся к концепции, получившей название «bleisure», что представляет собой сочетание слов «business» («дело») и «leisure» («отдых») [19].

Так, запуск электронной визы и организация безвизовых групповых поездок позволили России привлечь в 2024 году 1,2 млн иностранных туристов. Из них 30–40% – деловые, преимущественно из стран БРИКС [20] и государств Глобального Юга [21]. Лидерами являются Китай и Турция [22].

Заметим также, что на активность делового туризма оказывает влияние и туристическая привлекательность региона в целом. Согласно исследованиям MICE Excellence и ВНИЦ R&C [30] в 2024 году лидерами стали Москва и Краснодарский край, Санкт-Петербург, Татарстан (табл. 1).

Таблица 1

Топ-5 регионов по индексу
туристической привлекательности
регионов России

Место	Регион	Индекс
1	Москва	0.61
	Краснодарский край	0.61
2	Санкт-Петербург	0.55
3	Республика Татарстан	0.51
4	Московская область	0.49
5	Свердловская область	0.47

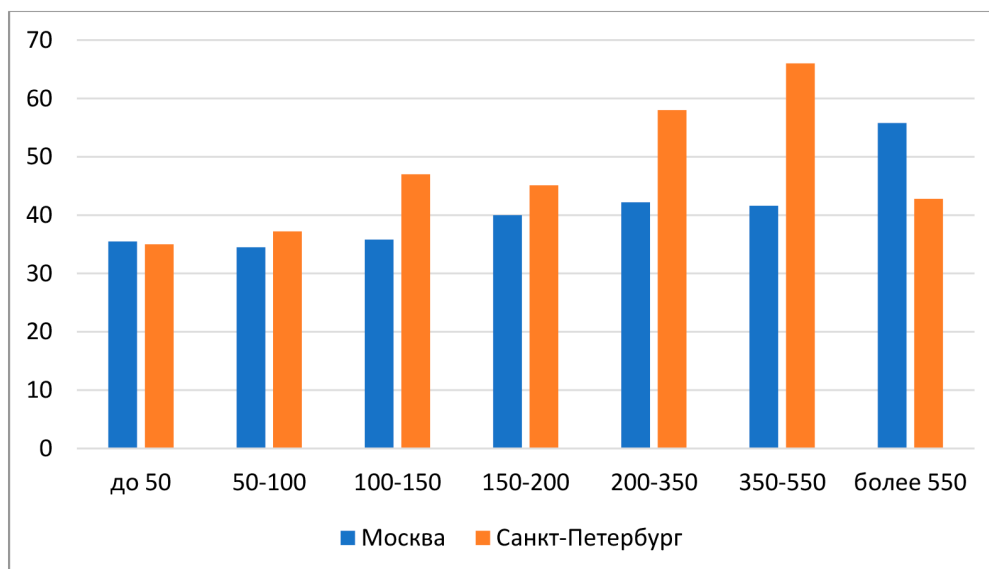


Рис. 1. Динамика количества мероприятий в залах (м²), % прироста по отношению к 2022 году в ведущих деловых центрах России [25]

По данным Минэкономразвития, эти регионы в 2024 году лидировали и на рынке делового туризма: Москва (26,6%), Санкт-Петербург (10,6%), Екатеринбург (4,8%), Сочи (4,2%), Казань (3,1%) [30]. Деловой туризм показал большой рост: количество деловых поездок увеличилось на 30% по сравнению с 2023 годом, рост рынка составил 13%, достигнув отметки в 1 трлн руб. Отмечается увеличение роста активности малых и средних предприятий, число которых достигло 6,59 млн [21].

Конгрессно-выставочная отрасль стала новым институтом социализации и формирования гражданского общества. Одним из ярких примеров является выставка «Россия» на ВДНХ, которую посетили 18 млн человек [31]. Настолько высокая посещаемость говорит о растущем патриотизме и интересе людей к достижениям России, стремлении быть сопричастным к истории страны и ее традициям. Выставка стала демонстрацией

национальной гордости и укрепления связи между поколениями.

В сегменте заказчиков наметился тренд на увеличение количества мероприятий размером от 50 до 99 человек, однако наиболее популярными форматами остаются корпоративные мероприятия с участием от 100 до 300 человек. Более 40% мероприятий проходит в залах площадью от 50 до 150 м² (рис. 1). Средняя продолжительность мероприятий – 1,7 дня [25].

В таблице 2 представлена информация по Топ-5 направлений бизнеса, выбравших в 2023 году для проведения своих мероприятий Москву или Санкт-Петербург.

Основными заказчиками корпоративных мероприятий в 2024 году по-прежнему остаются представители банков, финансовых и страховых компаний (1-е место), фармацевтических компаний и медицинских организаций (2-е место), а также государственного сектора (3-е место) [25, 32].

Таблица 2

Сравнительный анализ по Топ-5 направлений бизнеса, проводящих мероприятия в Москве или Санкт-Петербурге в 2023 году

Москва	Санкт-Петербург
Транспорт и логистика	Сельское хозяйство
Торговля и дистрибуция	Торговля и дистрибуция
Автомобильный бизнес	Общественная деятельность
Деятельность общественных организаций	Банковская деятельность
Государственное управление	Строительство и ремонт

Таблица 3

Конгресс-отели-лидеры по привлечению новых мероприятий

Москва	Санкт-Петербург
Plaza Garden Moscow WTC	Cosmos Saint-Petersburg Pulkovskaya Hotel
Азимут Сити Отель Олимпик Москва	Азимут Сити Отель Санкт-Петербург
Азимут Сити Отель Смоленская Москва	Новотель Санкт-Петербург Центр
Хаятт Ридженси Москва Петровский Парк	Отель «Введенский»
Холидей Инн Москва Сокольники	Отель Московские Ворота

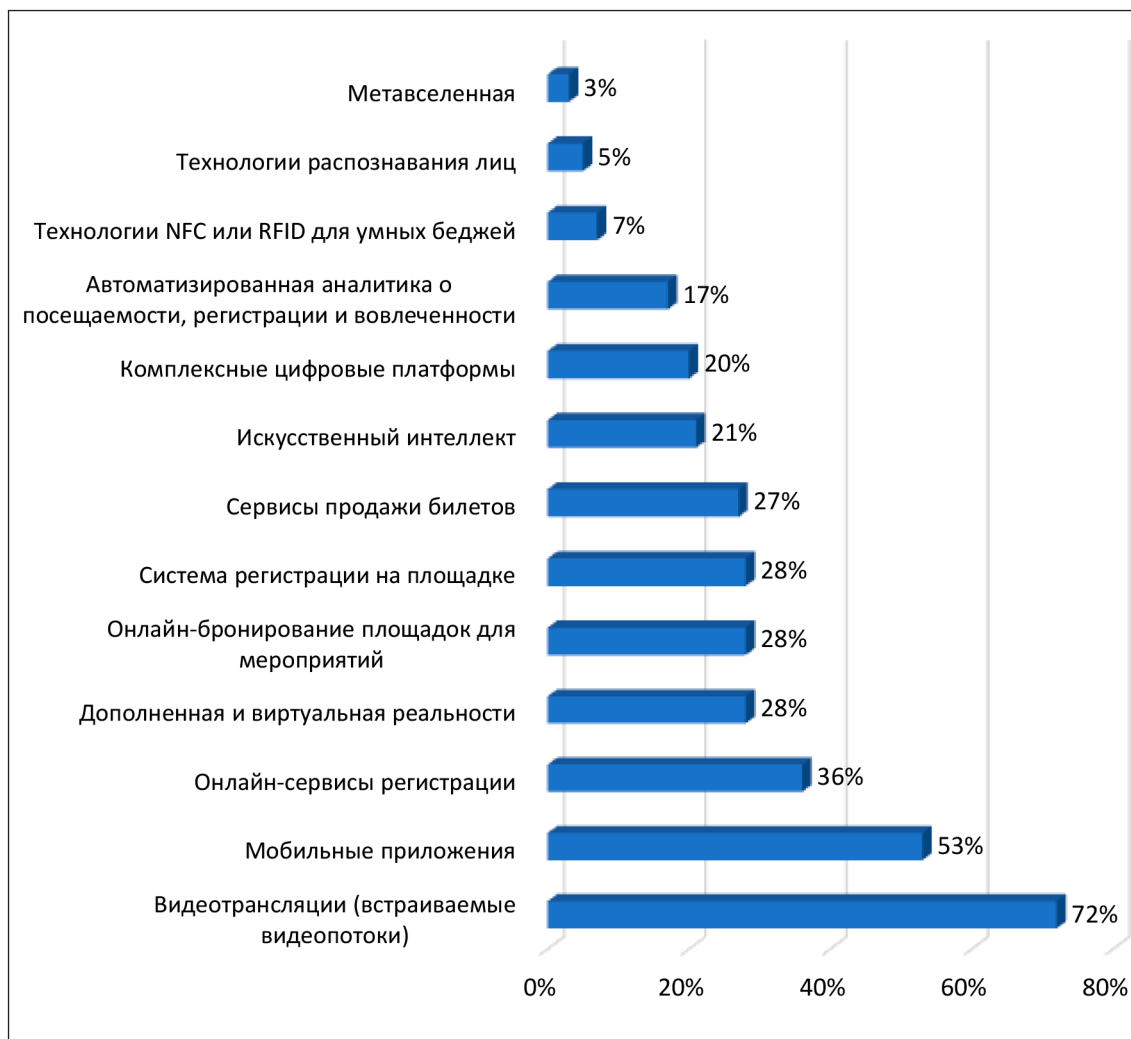


Рис. 2. Технологии, используемые заказчиками для подготовки и проведения мероприятий

Информация, отраженная в таблице 3 свидетельствует о том, что в большинстве своем участниками мероприятий являются преимущественно представители малого и среднего бизнеса.

В 2024 г. основная часть заказчиков увеличила или сохранила на прежнем уровне бюджеты проводимых корпоративных меро-

приятий. Одним из факторов роста расходов стала инфляция. Средний объем затрат на организацию одного события в 2024 г. не изменился и не превышает 10 млн рублей. В 2024 г. практически все статьи затрат увеличились, особенно это касается аренды площадок и используемых технологий для проведения мероприятий (рис. 2), питания

участников и расходов на транспорт. Сохранение среднего объема затрат объясняется оптимизацией бюджетов.

Таким образом, более 80% участников используют современные технологии для проведения мероприятий. Самыми популярным являются видеотрансляции, мобильные приложения, онлайн-сервисы регистрации и бронирования.

Среди наметившихся трендов отрасли в 2024 году в России стали:

1. Тренд на эмоцию – уделяется внимание оценке концептуальной оставляющей, появляется избирательность.

2. Тренд на использование современных технологий – при разработке креативной и смысловой концепции применяется искусственный интеллект, нейросети. Используются интерактивные фотозоны, активности с применением виртуальной реальности.

3. Тренд на Восток – проявляется повышенный интерес к странам, ставшими уже традиционными для конференций, таким как Узбекистан, Азербайджан, Казахстан. Все большую популярность набирает Китай. Открываются новые и интересные направления – Южная Корея, Вьетнам, Индия, Таиланд, Шри-Ланка.

4. Тренд на скорость – использование технологий, позволяющие оптимизировать внутренние процесс и ускорить все этапы организации мероприятия от получения запроса до финальной сверки и закрытия.

5. Тренд на организацию обучающих мероприятий – количество мероприятий формата «круглый стол» возросло, наблюдается существенный рост мероприятия обучающего формата.

Санкт-Петербург стал примером крупного направления для деловых поездок. Данная направленность обеспечивает около 11% дохода всей сферы, выравнивает сезонность, повышает инвестиционную привлекательность региона, приводит в город научную, политическую и деловую элиту, генерирует трафик и загружает туристическую инфраструктуру. Увеличение количества деловых событий различных тематик и форматов способствует пополнению бюджетной части города. Санкт-Петербург является признанным мировым туристским центром и отмечен различными международными и российскими премиями. В 2024 году Санкт-Петербург отмечен дипломом Попечительского совета Всероссийской туристской премии Russian Travel

Awards 2024 за активное развитие конгрессно-выставочной деятельности.

Привлекательность Северной столицы для проведения ивент-мероприятий обусловлена богатым культурным наследием региона, а также совершенствованием транспортной системы и инфраструктуры гостеприимства. В Санкт-Петербурге имеется 5 действующих железнодорожных вокзалов. Авиасообщение осуществляется через международный аэропорт Пулково. По состоянию на 31.12.2024 в Санкт-Петербурге действует 238 площадок, подходящих для проведения деловых мероприятий. Более половины от общего объема занимают отели с конгрессными возможностями – 55%, на втором месте находятся уникальные площадки – 35%, 13 из которых составляют научные учреждения, а остальные 71 – дворцы, музеи, усадьбы, концертно-спортивные комплексы и иные пространства. Специализированные площадки по количеству в общей структуре занимают третье место – 2,9%.

Одним из актуальных направлений развития за последние несколько лет стали проекты совместные с другими регионами, такие как разработки «Русская Балтика» и «Русский Север и Арктика», а также создание 2 национальных туристских маршрутов: «Петербург. Петр. От первого камня до небоскрёба» и «Санкт-Петербург. Новая география» [33], направленный на развитие и улучшение городского облика Санкт-Петербурга, превращение его в модную и современную дестинацию не только для туристов и гостей города, но и для местных жителей.

В таблице 4 отражена динамика показателей делового туризма.

Таблица 4

Динамика показателей делового туризма за 2022-2024 гг.

Показатель	2022	2023	2024 г.
Число прибытий, млн	0,97	1,2	1,246
Туристское потребление, млрд руб.	53,4	60,7	83,0

Из таблицы 4 можно заметить рост туристского потребления на 36,7% при примерно равных значениях численности туристов. Работа отрасли стала направлена на более эффективное взаимодействие с туристами, которое позволяет получить лучший экономический эффект от их пребывания в городе.

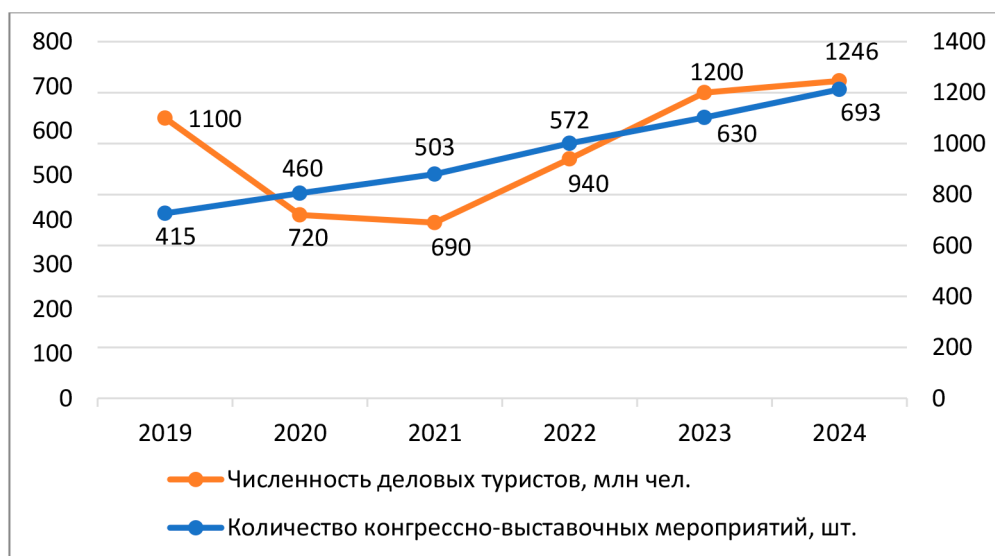


Рис.3. Динамика численности деловых туристов и количества конгрессно-выставочных мероприятий с 2019 по 2024 гг. [35]

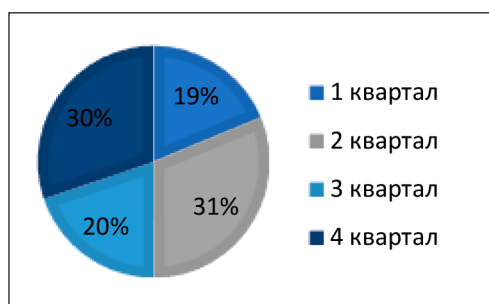


Рис. 4. Сезонность деловых мероприятий в Санкт-Петербурге за 2024 год [23]

В Санкт-Петербурге в 2024 году проведено 693 деловых мероприятий: форумов, конгрессов, выставок, конференций. Прирост количества конгрессно-выставочных мероприятий, проводимых в Санкт-Петербурге, по отношению к году, предшествующему отчетному, составил 10%. За 2024 году в деловых мероприятиях приняло участие 1,246 млн человек, что на 3,8% больше, чем за 2023 год. Доход в экономику города составил более 80 млрд руб. [34]. Поскольку деловой туризм в наименьшей степени подвержен сезонным колебаниям, поэтому стимулирование этого сегмента будет способствовать реализации проектов, имеющих существенное значение для Санкт-Петербурга.

На рисунке 3 демонстрирует ежегодный 10% рост мероприятий с 2019 года, что подтверждает тенденцию роста развития отрасли. При этом численность деловых туристов

в зависимости от условий рынка значительно менялась. Такие значения обусловлены форматом проводимых мероприятий, т.к. в 2020 и 2021 годах стал популярен онлайн-формат мероприятий.

Ежегодно в городе проводится множество событийных мероприятий, привлекающих миллионы жителей и гостей Санкт-Петербурга. На рисунке 4 отражена сезонность деловых мероприятий в Санкт-Петербурге по кварталам 2024 года.

Существенное преимущество 2 и 4 квартала выражается в проведении таких крупных мероприятий как Петербургский международный экономический форум (ПМЭФ), Петербургский международный юридический форум, Петербургский международный газовый форум, Петербургский международный туристский форум TRAVEL HUB. Отдельно хочется отметить о повышении деловой активности участников ПМЭФ. На форум было подтверждено участие 18600 человек из 139 стран. За 4 дня работы Форума запланировано было более 380 деловых мероприятий с участием свыше 1000 модераторов. Было подписано около 1000 межрегиональных и международных соглашений. Интерес иностранных партнеров и СМИ (зарегистрировалось около 4500 журналистов) говорит о конкурентоспособности российского рынка и экономической модели развития России на фоне ограничений и давления со стороны стран Запада [36].

К сожалению, в настоящее время не представляется возможным в целом оценить результативность деловых мероприятий по основным метрикам (коэффициент рентабельности инвестиций (ROI), стоимость привлечения одного клиента от участия в мероприятии (CPA), коэффициент кликабельности рекламных сообщений на мероприятии (CTR), индекс потребительской лояльности (NPS)), проводимых в Санкт-Петербурге мероприятий ввиду отсутствия комплексного подхода к проведению такой оценки. Тем не менее, сведения, которые публикуют аналитические компании в открытой печати, позволяют говорить о повышении их результативности. Так, корпорация МСП в рамках ПМЭФ -2024 представила рейтинг лояльности госкомпаний по закупкам у МСП. Отмечено, что в Топ-10 произошли изменения: лидером остался РЖД, за ним следуют ОСК, «Газпром», «РусГидро», поднявшиеся на строку выше, а «Россети» поднялись сразу на 5 пунктов. Самый большой рывок совершил ВТБ, поднявшись на 10 пунктов и заняв 8 место в рейтинге [36].

На рисунке 5 отображено распределение мероприятий по основным типам в Санкт-Петербурге за 2024 год.

Наиболее популярным типом делового мероприятия остаются конференции – 54,7% событий. За ними идут форумы, количество которых в этом году достигло показателя 16,1%. Далее круглые столы – 11,0%, конгрессы – 8,8% и выставки – 7,7%. Такие типы мероприятий, как симпозиумы, презентации, и др. как самостоятельные мероприятия не вошли в классификацию по двум причинам: закрытый характер самих собы-

тий этого типа или проведение их не более 5 раз за год. Однако в рамках более крупных событий (федеральных и региональных форумов, выставок, конференций) эти типы мероприятий составляют наибольшую часть деловой программы.

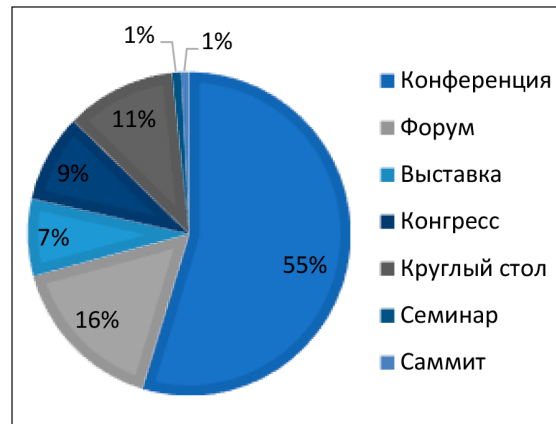


Рис. 5. Распределение деловых мероприятий по типам в Санкт-Петербурге за 2024 год [24]

На рисунке 6 представлено распределение мероприятий по площадкам проведения в Санкт-Петербурге за 2024 год.

Более 40,7% мероприятий прошли в залах отелей, поэтому уместно говорить о том, что гостиничные комплексы, оборудованные под проведение конгрессных мероприятий, остаются основной площадкой для проведения деловых событий среднего масштаба. Далее – конгресс-центры, на площадках которых было проведено порядка 26,3% мероприятий. На третьем месте – общественные пространства – 13,3% от числа всех событий.

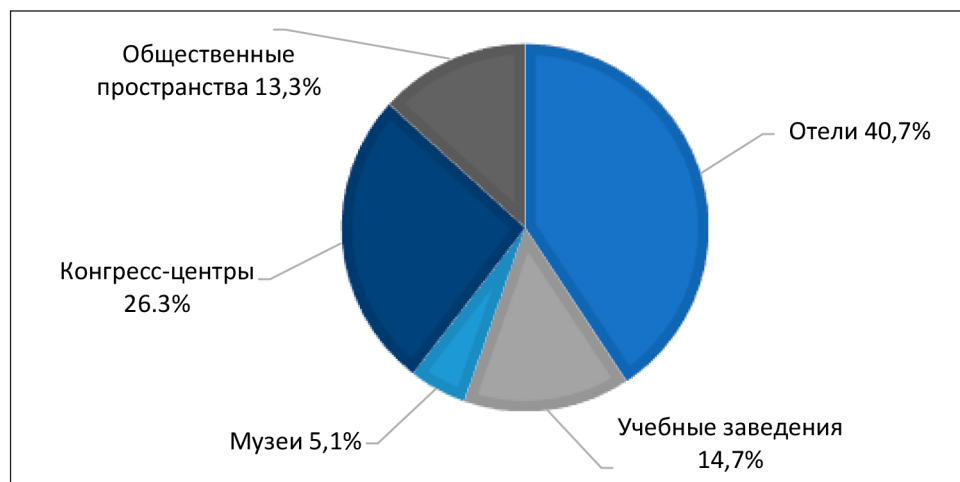


Рис. 6. Распределение деловых площадок для мероприятий в Санкт-Петербурге за 2024 год [24]



Рис. 7. Распределение деловых мероприятий по направленности в Санкт-Петербурге за 2024 год [24]

Кроме того, рассматривая проведенные мероприятия нельзя не обратить внимание, что более 50 мероприятий было проведено Правительством Санкт-Петербурга либо при его поддержке, федеральных органов государственной власти, таких как Счетная палата Российской Федерации, Министерство здравоохранения РФ, Министерство образования и науки РФ и т.п. Приоритетными тематиками обсуждений являются медицина, фармацевтика; туризм, спорт, отдых; экономика и управление.

На рисунке 7 отражены основные темы мероприятий, проведенных в 2024 года в Санкт-Петербурге.

Среди наиболее востребованных тематик деловых мероприятий в Санкт-Петербурге лидирующую позицию по-прежнему занимает медицина, фармацевтика – 19,6%. Вторая позиция – наука – 12,7%, а третье место в рейтинге – образование – 4,9%. Такое распределение направлений соответствует приоритетным отраслям экономики (медицина, технологии и инновации, промышленность, транспорт и связь, социальная сфера (наука, образование, культура, спорт), определенным в Стратегии социально-экономического развития Санкт-Петербурга от 19.12.2018 № 771-164 [38].

Мероприятия по тематикам, не вошедшим в диаграмму, были проведены менее

15 раз за год. К ним, например, относятся: сельское хозяйство, мода и красота, пищевая промышленность и т.п.

На рисунке 8 представлены мероприятия, классифицированные по формату проведения в Санкт-Петербурге в 2024 году.

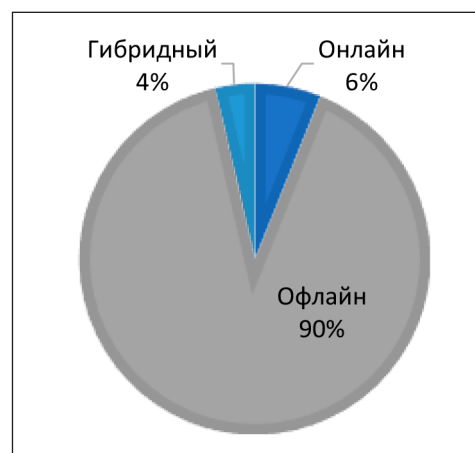


Рис. 8. Распределение деловых мероприятий по формату в Санкт-Петербурге за 2024 год [24]

Из представленных данных следует, что основным форматом проведения остается «офлайн», а популярность форматов «онлайн» и гибридного снижается. Это связано с тем, что многие за период 2020-

2021 устали от «онлайн» формата мероприятий и хотят непосредственно участвовать в мероприятиях. К тому же «офлайн» участие позволяет клиентам и партнерам увидеть процесс формирования продукта и его ценностей, как работает команда и кто ее ключевые участники, наладить коммуникацию, установить личные контакты. Все это, безусловно, сказывается на принятии решений о дальнейшем сотрудничестве.

Выводы

Проведенный авторами анализ развития делового туризма и форматов проводимых мероприятий позволил выявить следующее.

Во-первых, на активность делового туризма оказывает существенное влияние туристическая привлекательность региона в целом. Лидерами являются Москва и Краснодарский край, Санкт-Петербург и Татарстан.

Во-вторых, отмечается рост количества бизнес-мероприятий. Наиболее востребованными форматами деловых мероприятий являются конференции, форумы, круглые столы, причем последние стали популярнее в Санкт-Петербурге в 2024 году. Возможно, именно формат, направленный на узкоспециализированную аудиторию, помогает ответить на «актуальные» рыночные запросы, найти проверенные и рабочие решения.

В-третьих, наиболее распространенными категориями в тематиках деловых мероприятий стали в первую очередь, медицина, наука, промышленность и культура. Данные направления отражают высокий интерес к развитию общества и экономики, а также позволяют отметить тренд на предметно определенную направленность проводимых мероприятий, т.к. большая часть не имела повторяющихся тематик.

В-четвертых, основными площадками для масштабных мероприятий выступают отели с различными по вместимости и уровню оснащённости специализированным

оборудованием бизнес-центров, а также конгресс-центры, общественные пространства, учебные заведения и музеи.

В-пятых, в распределении деловых мероприятий отмечается преобладание офлайн формата. Гибридный и онлайн формат составили меньшую часть.

В-шестых, установлено отсутствие системного подхода к оценке эффективности проводимых мероприятий и необходимости использования четких критериев, качественной аналитики и технологий, которые позволяют осуществлять мониторинг индивидуальных и корпоративных участников, их географию, посещаемость зон, популярности активностей и времени пребывания, число проведенных деловых встреч, удовлетворенность гостей, деловую активность, медиа-охват, долгосрочные эффекты (например, узнаваемость бренда расширение клиентской базы); активно использовать современные технологии (мобильные приложения, чат-боты, онлайн опросы, RFID-метки, wi-fi – аналитику, искусственный интеллект) с целью автоматизации сбора обратной связи, ее обработки и составления прогнозов.

Таким образом, эволюционируя, бизнес-мероприятия подстраиваются под новые технологии и рыночные запросы аудитории и изменения в экономике. Традиционные форматы (конференции, форумы, конгрессы, выставки, круглые столы) трансформируются и становятся все более персонализированными и технологически насыщенными с использованием digital-технологий.

Полагаем, что гибкость и адаптивность, помноженная на богатое культурное наследие, развитые инфраструктуру гостеприимства, транспортную систему, а также межрегиональное сотрудничество станут ключевыми факторами успеха в сфере деловых мероприятий, роста потока деловых туристов, а также их вклада в экономику Санкт-Петербурга.

Библиографический список

1. Боголюбова С.А. Виды и тенденции развития туризма. М.: Юрайт, 2024. С. 56-58.
2. Распоряжение Правительства Российской Федерации № 2461-р от 13.09.2023 «Стратегия развития конгрессно-выставочной отрасли в Российской Федерации на период до 2030 года». [Электронный ресурс]. URL: <http://publication.pravo.gov.ru/document/0001202309150019> (дата обращения: 15.02.2025).
3. Aguilera A. Business travel and mobil workers // Transportation Reseach. Part A. General. 2008. Vol. 42(8). P. 1109-1116. URL: <https://shs.hal.science/halshs-00489821> (дата обращения: 23.03.2025).

4. Боголюбов В.С., Боголюбова С.А., Карпова Е.Г. Мегалополис как центр развития конгрессно-выставочной деятельности и дестинации делового туризма // Актуальные проблемы развития индустрии гостеприимства: сборник научных статей XVI международной научно-практической конференции (Санкт-Петербург, 8 июля 2020 г). СПб.: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2021. С. 93-99.
5. Бондарев В.В. Развитие конгресс-туризма в РФ // Сервис+. 2007. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitiye-kongress-turizma-v-rf> (дата обращения: 23.03.2025). DOI: 10.5281/zenodo.12176718.
6. Друк В.Ю., Грабар Р.Н. Деловой туризм как приоритет развития туристической отрасли в Республике Беларусь // Туризм и гостеприимство. 2016. № 1. С. 31-36.
7. Джао В.Ю. Управление развитием делового туризма в регионе: дис. ... канд. экон. наук. Москва, 2003. 144 с.
8. Елизаров А.Н. Деловой туризм как фактор устойчивого развития туризма в России: дис. ... канд. экон. наук. Москва, 2013. 25 с.
9. Расстегаева Т.Е. Формирование организационно-экономического механизма развития делового туризма: автореф. дис. ... канд. экон. наук. Сочи, 2013. 24 с.
10. Рицци В.В. Развитие и продвижение индустрии делового туризма на туристском рынке (на примере Санкт-Петербурга): дис. ... канд. экон. наук. Санкт-Петербург, 2009. 278 с.
11. Павлова Е.А., Сергеев В.С. Роль делового туризма и конгрессно-выставочной индустрии в Российской экономике // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2020. № 6-2. С. 286-291. URL: <https://vael.ru/ru/article/view?id=1195> (дата обращения: 23.03.2025). DOI: 10.17513/vael.1195.
12. Савин Д.А., Мельникова И.Г. Деловой туризм. Ярославль: ЯрГУ, 2019. 48 с. [Электронный ресурс]. <http://www.lib.uniyar.ac.ru/edocs/iuni/20190103.pdf> (дата обращения: 23.03.2025).
13. Сыманович А.С. Зарубежный опыт развития в сфере делового туризма // Путь в науку. Образование. Педагогика: сборник трудов молодых специалистов Полоцкого государственного университета им. Ефросинии Полоцкой. 2018. № 23. С. 296-298. [Электронный ресурс]. URL: https://journals.psu.by/specialists_education_pedagogy/article/view/6207 (дата обращения: 23.03.2025).
14. Зотов Е.Д. Основные проблемы развития сферы делового туризма в России // Влияние науки и технологий на социально-экономическое развитие России: сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции 12 марта 2021г. Белгород: ООО Агентство перспективных научных исследований (АПНИ), 2021. С. 52-55. [Электронный ресурс]. URL: <https://apni.ru/article/1995-osnovnie-problemi-razvitiya-sferi-delovogo> (дата обращения: 25.03.2025).
15. Морозова М.А., Зигерн-Корн Н.В. Особенности организации деловых мероприятий на современном этапе // Развитие современной экономики: актуальные теории и практики: сборник статей V Международной научно-практической конференции. Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение», 2022. С. 15-18.
16. Радыгина Е.Г., Ошкордина А.А., Кошелева А.И. Особенности деловых мероприятий в инвент-индустрии // Экономика, предпринимательство и право. 2023. Т. 13, № 9. С. 3455-3468.
17. Мухиддинов И. Анализ зарубежного опыта обслуживания деловых мероприятий в гостинице // Тенденции развития туризма и гостеприимства в России: материалы V Международной студенческой научной конференции. М., 2022. С. 399-403.
18. Куренева А.А., Миронова Л.Р., Пострелова И.А. Деловые мероприятия как инструмент повышения коммуникативной компетенции: региональный аспект // Социальные коммуникации: наука, образование, профессия. 2020. № 20. С. 146-152.
19. Деловой туризм растет на фоне высокой экономической активности и закрытых границ. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.dp.ru/a/2024/06/05/delovoj-turizm-rastjot-na-fone> (дата обращения: 25.03.2025).
20. Объем российского рынка делового туризма вырос на четверть в 2024 году. [Электронный ресурс]. URL: https://www.economy.gov.ru/material/news/obem_rossiyskogo_rynka_delovogo_turizma_vyros_na_chetvert_v_2024_godu.html (дата обращения: 11.02.2025).
21. Деловой туризм в России. [Электронный ресурс]. URL: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Деловой_туризм_в_России (дата обращения: 25.03.2025).
22. Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Сочи и Новосибирск лидируют по развитию делового туризма в стране. [Электронный ресурс]. URL: https://www.economy.gov.ru/material/news/moskva_sankt_peterburg_ekaterinburg_sochi_i_novosibirsk_lidiruyut_po_razvitiyu_delovogo_turizma_v_strane.html (дата обращения: 25.03.2025).
23. Официальный сайт Правительства Санкт-Петербурга [Электронный ресурс]. URL: https://www.gov.spb.ru/gov/otrasl/c_tourism/statistic/ (дата обращения: 25.03.2025).

24. Официальный сайт Конгрессно-выставочного бюро Санкт-Петербурга [Электронный ресурс]. URL: <https://spbcb.ru/events/> (дата обращения: 25.03.2025).
25. Рынок корпоративных мероприятий в России. Цифры и тренды micesегмента. [Электронный ресурс]. URL: <https://docs.yandex.ru/docs/view?tm=1742932782&tld=ru&lang=ru&name=xt7olw74fr2yrfhv69nk1idjhx0hc0cj.pdf> (дата обращения: 25.03.2025).
26. 9 метрик реальной эффективности мероприятий. [Электронный ресурс]. URL: <https://matey.events/ru/metriki-effektivnosti/> (дата обращения: 23.03.2025).
27. Словарь форматов мероприятий. [Электронный ресурс]. URL: <https://profizvestnost.ru/slovarj-formatov-meroprijatij> (дата обращения: 18.03.2025).
28. Как аналитика помогает в организации мероприятий. [Электронный ресурс]. URL: <https://secrets.tbank.ru/blogi-kompanij/organizaciya-effektivnyh-meroprijatij/> (дата обращения: 23.03.2025).
29. Месропян Э. Зачем проводить анализ мероприятий? [Электронный ресурс]. URL: <https://tenchat.ru/media/1630422-zachem-provodit-analiz-meroprijatij> (дата обращения: 23.03.2025).
30. Масштабное исследование рынка корпоративных мероприятий (MICE*) от MICE Excellence и ВНИИ R&C [Электронный ресурс]. URL: <https://mice-russia.info> (дата обращения: 12.02.2025).
31. Воронков С. О ключевых направлениях развития конгрессно-выставочной индустрии. [Электронный ресурс]. URL: <https://ruef-online.ru/tpost/8fckacr2t1-sergei-voronkov-o-klyuchevih-napravleniy> (дата обращения: 12.02.2025).
32. Постановление Правительства Санкт-Петербурга от 14.11.2017 №936 «О государственной программе Санкт-Петербурга «Развитие сферы туризма в Санкт-Петербурге». [Электронный ресурс]. URL: <https://docs.cntd.ru/document/555906672> (дата обращения: 12.03.2025).
33. Национальные туристские маршруты Санкт-Петербурга. [Электронный ресурс]. URL: https://www.visit-petersburg.ru/projects/lp/natsionalny_marshrut/main/ (дата обращения: 12.02.2025).
34. За 2024 год вклад делового туризма в экономику Петербурга составил более 80 млрд.рублей. URL: <https://novostimb.ru/news/2024/12/26/za-2024-vklad-delovogo-turizma-v-ekonomiku-peterburga-sostavil-bolee-80-milliardov-rublej.html> (дата обращения: 26.03.2025).
35. Карпова Е.Н., Клочихина А.Н. Субсидирование конгрессно-выставочной деятельности как инструмент устойчивого развития экономики // Экономика и управление: проблемы, решения. Том VI. Март 2024 С. 158-165. DOI: 10.36871/ek.up.p.r.2024.03.06.020.
36. ПМЭФ-2024 по показателям деловой активности превысил уровень 2019 года. [Электронный ресурс]. URL: <https://forumspb.com/news/news/pmef-2024-po-pokazateljam-delovoj-aktivnosti-prevysil-uroven-2019-goda/> (дата обращения: 24.03.2025).
37. Корпорация МСП в рамках ПМЭФ представила рейтинг лояльности госкомпаний по закупкам у МСП [Электронный ресурс]. URL: <https://adminkueda.ru/2024/06/10/korporaciya-msp-predstavila-na-pmef-2024-p/> (дата обращения: 24.03.2025).
38. Закон Санкт-Петербурга № 771-164 от 19.12.2018 «Стратегия социально-экономического развития Санкт-Петербурга на период до 2035 года» (в ред. От 21.12.2022 №766-122). URL: https://www.gov.spb.ru/gov/otrasl/c_econom/strategiya-ser-2035/ (дата обращения: 15.02.2025).