

УДК 338.48

DOI: 10.12737/17784

Дыбаль Михаил Александрович

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
(Санкт-Петербург, Российская Федерация); канд. экон. наук, доцент;
e-mail: mdybal@yandex.ru

РАЗВИТИЕ КЛАСТЕРА ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

По итогам 2015 г. число туристов, прибывших в Санкт-Петербург на деловые мероприятия, составило от 70 до 100 тыс. человек, было проведено 31 конгресс-мероприятие, что вывело город по данному показателю на 79-е место в мире. Согласно утвержденной стратегии развития, до 2020 г. город должен войти в Топ-10 европейских и Топ-20 мировых конгрессных городов. Предполагается, что в ближайшей перспективе Санкт-Петербург сможет принимать около 60 крупных международных ротируемых конгрессов и выставок мирового уровня. Особенности делового туризма в городе являются: возмещение затрат деловых туристов, внесезонный характер проведения мероприятий и ориентир на достижение целей. Слабыми сторонами развития делового туризма являются отсутствие профессиональных стандартов в данной сфере услуг, достоверной и полной статистики, разобщенность усилий участников этого рынка услуг. Для устранения угроз и организации делового туризма предлагается использовать кластерный подход. В качестве органа, управляющего входящими в кластер предприятиями, предлагается создать Координационный центр на базе уже существующих организаций. Основные направления его деятельности: координация действия всех участников кластера делового туризма, сбор статистической отчетности, привлечение инвестиций, международное и межрегиональное сотрудничество, внедрение современных ИТ технологий, реализация инновационных информационно-методологических образовательных программ для кадрового обеспечения кластера делового туризма.

Ключевые слова: деловой туризм, кластерный подход, инновационные программы, деловой туризм в Санкт-Петербурге.

Деловой туризм представляет собой систему деловых мероприятий, включая конгрессы, конференции, форумы, семинары, выставки и т. п., реализуемых для достижения определенных целей (обмена информацией, мотивации бизнеса и др.) с использованием комплекса услуг по их организации и обеспечению [1, 4]. Модель структуры делового туризма приведена на рис. 1.

К отличительным особенностям делового туризма относятся возмещение затрат деловых туристов в форме оплачиваемых расходов на служебные командировки и внесезонный характер проведения деловых встреч, что обеспечивает планомерную и равномерную загрузку средств размещения. Деловые мероприятия проходят в рабочее время, ориентированы на достижение определенных целей и должны иметь экономическую составляющую (приносить выгоду, прибыль).

Согласно статистике ICCA (International Congress and Convention Association), в 2014 г. доля Санкт-Петербурга в общем объеме рынка конгрессно-выставочных услуг России составила 21%–30%, общая емкость конгрессного рынка Санкт-Петербурга оценивалась в пределах 3–3,5 млрд рублей. По итогам 2015 г. число туристов, прибывших в Санкт-Петербург на деловые мероприятия, составило от 70 до 100 тыс. чел.¹ В 2015 г. в городе было проведено 31 конгресс-мероприятие, что ставит его по данному показателю на 79-е место в мире.

Согласно Стратегии социально-экономического развития Северо-Западного федерального округа на период до 2020 г.,

¹ Объем конгрессного рынка Санкт-Петербурга оценили в 3,5 млрд рублей. Официальный сайт Администрации Санкт-Петербурга. URL: http://gov.spb.ru/gov/otrasl/c_tourism/news/78246/ (Дата обращения: 04.12.15).



Рис. 1 – Структура делового туризма

Санкт-Петербург должен войти в Топ-10 европейских и Топ-20 мировых конгрессных городов².

К предпосылкам интенсивного развития делового туризма в регионе следует отнести политические и геополитические, экономические и другие факторы.

Политические возможности для развития кластера делового туризма характеризуют уровень стабильности внутренней и внешней государственной политики, расширение международных политических, экономических, научных, культурных связей и сотрудничества; упрощение паспортного и таможенного режима. Стабильное внутриполитическое положение позволяет регулярно проводить в Санкт-Петербурге мероприятия международного масштаба (выездная сессия ЕС, экономические форумы и т.п.), что повышает привлекательность города в деловых и политических кругах и представляет Санкт-Петербург на международной арене.

Уникальное геополитическое положение означает возможность прибытия в город любым видом транспорта (воздушным,

водным, железнодорожным, автомобильным) и является неоспоримым преимуществом для увеличения потока деловых туристов не только в российском, но и международном масштабе. Географическое расположение Санкт-Петербурга, его близость к европейским странам, прежде всего Скандинавии, дает несомненный приоритет по сравнению с другими регионами.

Благоприятный визовый режим способствует становлению единого рынка без внутренних границ со свободным перемещением капитала, товаров, услуг. Примером реализации данного положения является использование безвизового режима при осуществлении паромных сообщений и высокоскоростных железнодорожных перевозок по маршруту «Санкт-Петербург – Хельсинки, Финляндия», что увеличивает пассажиропотоки и расширяет спектр туристских услуг.

К экономическим факторам, влияющим на развитие делового туризма, следует отнести уровень развития материально-технической базы и инфраструктуры делового туризма, бюджетное финансирование индустрии туризма, привлечение отечественных и иностранных инвестиций.

В настоящее время совокупный номерной фонд средств размещения в Санкт-

² Стратегия социально-экономического развития Северо-Западного федерального округа на период до 2020 года. URL: <http://docs.cntd.ru/document/902317621> (Дата обращения: 09.06.2014).

Санкт-Петербурге насчитывается более 30,5 тыс. номеров. При этом в городе работают 30 гостиниц известных международных операторов с фондом около 9 тыс. номеров. Нишу бюджетных средств размещения активно заполняют малые средства размещения (до 50 номеров), а также мини-отели (до 15 номеров) и хостелы, в том числе расположенные в жилищном фонде. Номерной фонд мини-отелей и хостелов в Санкт-Петербурге составляет более 6 тыс. номеров.

Привлекательность Санкт-Петербурга как центра делового туризма увеличивается с открытием «ЭкспоФорума» – самой крупной конгрессно-выставочной площадки для проведения деловых мероприятий, аналогов которой нет в России. «ЭкспоФорум» может принять одновременно до 20 тыс. чел. На территории комплекса планируется открытие отелей цепочки Hilton общим фондом в 444 номера. Также в планах города открытие нового отеля бренда Holiday Inn и гостиницы высокого ценового сегмента международного оператора Jumeriah. Всего в период 2015–18 гг. номерной фонд Санкт-Петербурга пополнится более чем на 2831 номер [3].

Природно-географические и культурно-исторические факторы также создают предпосылки для развития делового туризма [5]. Брендами города являются дворцы, музеи, белые ночи и разводные мосты, благодаря которым Санкт-Петербург входит в десятку городов мира, наиболее привлекательных для посещения туристами. Исторический центр Санкт-Петербурга включен ЮНЕСКО в Список Всемирного наследия. На основе этого культурного достояния создаются новые программы для деловых туристов.

Несмотря на возможности и предпосылки развития делового туризма, существуют угрозы и слабые стороны, препятствующие успешному функционированию индустрии данной сферы. К основным угрозам развития делового туризма в регионе следует отнести отсутствие:

1) профессиональных стандартов работника делового туризма, так как эта профессия в настоящее время законодательно не закреплена в нормативных актах о туристской деятельности;

2) механизма управления и правил функционирования рынка делового туризма, координации взаимодействия конечных потребителей с поставщиками туристских услуг в сфере делового туризма;

3) государственной программы поддержки частных инвестиций в индустрию делового туризма;

4) достоверной и полной статистики по состоянию и тенденциям развития делового туризма в регионе;

5) единого программного обеспечения в процессе производства и распределения туристских продуктов.

Для устранения угроз и выхода делового туризма на стратегию устойчивого развития и роста предлагается использовать кластерный подход, в основе которого рассматривается группа организаций (компаний, предприятий, объектов инфраструктуры, научно-исследовательских институтов и вузов и др.), связанных отношениями территориальной близости и функциональной зависимости в сфере производства турпродукта и реализации услуг бизнес-туристам.

В оценке М. Портера, основоположника кластерной теории, кластер – это группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний (поставщиков, производителей и др.) и связанных с ними организаций (образовательных заведений, органов государственного управления, инфраструктурных компаний), действующих в определенной сфере и взаимодополняющих друг друга [2]. Главное отличие туристского кластера от всевозможных прочих (производственных, агропромышленных, сервисных и др.) – в его маршрутной территориальной организации. Туристский маршрут и соответствующий ему туристский поток связывает объекты, превращая их из конкурирующих во взаимодействующие элементы системы. Благодаря туристскому потоку формируется кластер.

Активизация туризма на территории Санкт-Петербурга в связи с проведением форумов, конгрессов, выставок, формирующих деловые туристские потоки, является, по нашему мнению, основой возникновения кластера делового туризма. В процессе формирования кластерной концепции

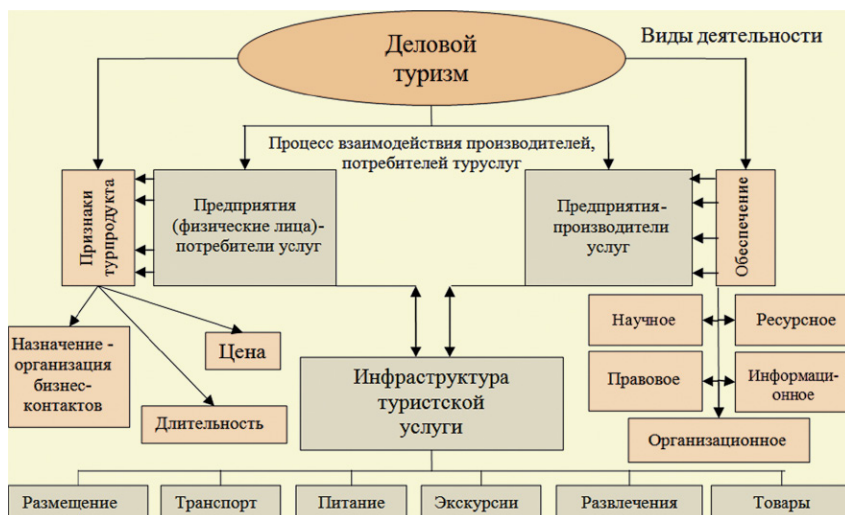


Рис. 2 – Модель делового туризма в призме кластерной концепции

предлагается использовать отличительные признаки делового туризма (рис. 2).

Деловой туризм в кластерной концепции представляет собой процесс взаимодействия производителя и потребителя туристского продукта (услуги), включая процесс передачи и получения информации от производителя (модератора, носителя) к потребителю в той или иной форме (во время встречи, конференции и т. п.) за пределами основного местонахождения потребителя туристского продукта (услуги) в течение определенного периода времени. Деловой туризм реализуется в системе интеграции процесса передачи информации и факторов обеспечения этого процесса через объекты инфраструктуры. Поэтому данный вид туризма характеризуется разными видами услуг (информационными, обслуживания, размещения и др.). В этой связи развитие инфраструктуры оказывает прямое воздействие на уровень развития делового туризма и, наоборот, рост количества деловых мероприятий, численности занятых в деловом туризме, потребности в услугах обеспечения деловых туристов окажут прямое воздействие на экономику региона.

На основе исследования кластерного подхода предлагаем структуру (рис. 3) и классификацию кластера регионального делового туризма.

Основные элементы кластера формируются по географическому признаку

(территориальной общности всех членов кластера). Основа кластера, его ядро – Санкт-Петербург как центр делового туризма. В состав участников кластера входят: деловые туристы; поставщики туристских услуг (средства размещения и питания, транспортные предприятия, объекты проведения мероприятий, развлечений); туристские фирмы и независимые специализированные компании, которые определяют цели и содержание встреч, ведут переговоры, осуществляют финансовый контроль; разного рода посредники (туроператоры и турагенты) и специализированные MICE – посредники, обеспечивающие поддержку делового мероприятия (рекламные агентства и др.); вузы, НИИ, курсы повышения квалификации, центры сертификации – организации, призванные осуществлять подготовку кадров для индустрии делового туризма. Необходимо отметить, что предприятия, находящиеся в составе кластера, являются самостоятельными и юридически независимыми. Они свободны в принятии решений о выборе направлений, форм и способов деятельности. Отношения между ними носят конкретный узконаправленный характер.

Масштаб кластера зависит от количества участников и деловых мероприятий, суммы доходов и расходов от производства и продажи услуг хозяйственных единиц, входящих в кластер. Кластер делового



Рис. 3 – Структура кластера делового туризма

туризма является инновационным, так как использует новые научные, информационные и образовательные технологии. Объединение в кластер на основе вертикальной интеграции формирует определенную систему распространения новых знаний и технологий.

Центральным звеном процесса создания продукта делового туризма являются специализированные компании по организации разного рода конгрессов, форумов, выставок, которые формируют пакет услуг и обеспечивают клиентское сопровождение.

В 2015 г. в Санкт-Петербурге функционировали негосударственные бизнес-центры, таможенно-логистический комплекс, конгресс-бюро (государственное учреждение, обеспечивающее реализацию государственной политики в сфере развития конгрессно-выставочной деятельности города), и созданный в этом году АНО «Конгрессно-выставочный кластер» – орган управления кластерными проектами, в которых задействованы различные компании и организации. В связи с этим предполага-

ется, что в ближайшей перспективе Санкт-Петербург сможет принимать около 60 крупных международных ротируемых конгрессов и выставок мирового уровня [3]. Однако разобщенность усилий всех, кто участвует в создании и реализации туристских продуктов, повышает риски в управлении кластером делового туризма.

В этих условиях в качестве органа управления предприятиями, входящими в кластер делового туризма в регионе, предлагается создать Координационный центр на базе уже существующих конгресс-бюро Санкт-Петербурга и АНО «Конгрессно-выставочный кластер». Основная цель этого Центра – координация действия всех игроков рынка кластера делового туризма. Основными направлениями деятельности Координационного центра по развитию делового туризма в Санкт-Петербурге будут являться: кадровое обеспечение, сбор статистической отчетности, создание единого информационного пространства, привлечение инвестиций, международное и межрегиональное сотрудничество (рис. 4).



Рис. 4 – Основные направления регулирования бизнес-туризма Координационным центром

Для обеспечения Координационным центром успешного управления с целью создания условий для развития делового туризма предлагается внедрить механизм государственной поддержки предприятий туристского кластера, включающий следующие меры:

- разработку нормативно-правовой базы и основ системы регулирования туристской деятельности на уровне субъекта РФ, в том числе внедрение регионального нормативного документа «Правила оказания туристских услуг в Санкт-Петербурге»;
- организацию добровольной сертификации услуг индустрии туризма, направленной на повышение их качества и конкурентоспособности;
- разработку экономических стимулов для предприятий, входящих в туристский кластер (льготная арендная плата на землю и муниципальное имущество, льготные тарифы на коммунальные услуги и т. д.);
- внесение изменений в федеральный и местный бюджеты (Налоговый кодекс РФ и бюджет Санкт-Петербурга) по установлению льгот налогооблагаемой базы для организаций туристского кластера (турфирм, гостиниц, транспортных компаний и т. д.), основным направлением деятельности которых является развитие делового туризма;
- предоставление налоговых и таможенных льгот на приобретение оборудования для гостиниц, туристского транспорта

и других объектов инфраструктуры туристского кластера;

- возможность организациям туристского кластера использовать административный ресурс региона для рекламы своих услуг, в том числе на международном уровне;

- стимулирование инвестиционной активности в сфере туризма за счет кредитной политики Правительства Санкт-Петербурга путем назначения уполномоченных банков, занимающихся развитием делового туризма в городе (гарантии Правительства Санкт-Петербурга по обязательствам отдельных кредиторов, его участие в совместных проектах с инвесторами и пр.), а также создание базового пакета инвестиционных проектов развития инфраструктуры делового туризма с целью привлечения в регион дополнительных ресурсов для финансирования туристских проектов.

Развитию кластера делового туризма способствует современная система профессиональной подготовки кадров и ее научное обеспечение. Организация деловых встреч может быть реализована в форме информационно-образовательных технологий. Информационно-методологические образовательные программы призваны обеспечить высокий уровень конкурентоспособности знаний (навыков, умений, компетенций) с использованием прогрессивных компьютерных технологий (ERP, САПР, MRP), бизнес-идей, европейских техноло-

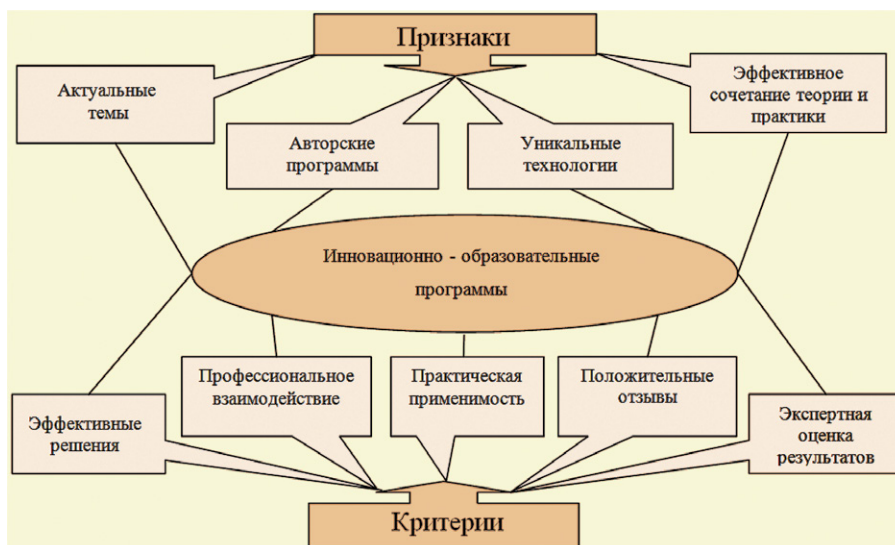


Рис. 5 – Признаки и критерии инновационности информационно-методологических образовательных программ в сфере делового туризма

гий, новейших методов управления и т. п., должны отличаться от традиционных стандартных образовательных программ и отвечать определенным критериям качества. Признаки и критерии инновационности информационно-методологических образовательных программ приведены на рис. 5.

В качестве инновационно-образовательных программ могут быть предложены темы в области управления персоналом, доходами и тарифной политикой гостиничного бизнеса; обоснования управленческих решений в сфере организации и модернизации гостиничных предприятий, закупочной деятельности; управления качеством услуг на предприятиях гостиничного бизнеса; освоение международных методов управления затратами и результатами с использованием современных

информационных технологий и программных продуктов.

Разработка и реализация инновационно-образовательных программ станет современной формой привлечения деловых туристов, развивая кластер делового туризма города и обеспечивая внедрение ключевых IT-технологий для конгрессно-выставочной индустрии (онлайн-трансляции, телемосты, визуализация участников).

Внедрение системы мер государственной поддержки предприятий туристского кластера будет способствовать укреплению и развитию делового туризма и экономической ситуации в регионе, повышению политической и экономической значимости органов власти в управлении деловым туризмом как высокодоходным бизнесом региона.

Список источников:

1. **Дыбаль М.А.** Моделирование инновационно-образовательных технологий в совершенствовании управления гостиничным бизнесом // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. 2013. № 3 (17). С. 159–168.
2. **Портер М.** Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / Пер. с англ. Е. Калинина. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. 608 с.
3. **Сергачев В.** MICE на Северо-Западе: амбициозные планы // BusinessTravel: международный деловой туризм. 2015. № 6. С. 34–37.
4. **Шарафанова Е.Е., Дроздова И.В., Дыбаль М.А.** Деловой туризм в регионах Российской Федерации. СПб.: Изд-во СПбГУЭС, 2011. 195 с.
5. **Liu C.-H.S., Chou S.-F.** Tourism strategy development and facilitation of integrative processes among brand equity, marketing and motivation // Tourism Management. 2016. Vol. 54. Pp. 298–308.

Mikhail A. Dybal

St. Petersburg State University of Economics (St. Petersburg, Russia); Ph.D. in Economics, Associate Professor; e-mail: mdybal@yandex.ru

CLUSTER DEVELOPMENT OF BUSINESS TOURISM IN SAINT PETERSBURG

According to statistics, by the end of 2015 the number of tourists arriving in Saint Petersburg for business events, ranged from 70,000 to 100,000 persons, and 31 Congress-events were hosted. The city got 79th place in the world by specified indicator. According to the adopted Development Strategy the city should enter to the Top 10 European and Top 20 global Congress cities. It is expected that in the nearest future Saint Petersburg will be able to take around 60 major international rotating conferences and exhibitions of international level.

Features of business tourism in the city are: cost recovery business tourists, off-season nature of the event and focus on achieving certain goals (profit). Weaknesses of development of business tourism are: the lack of professional standards in this sphere of services and reliable and complete statistics, as well as fragmentation of efforts of participants in this market. To address the threats and the organization of business tourism it is proposed to use the cluster approach. As a body of management of enterprises belonging to the cluster, it is proposed to create a Coordination center on the basis of already existing organizations. The main activities of the Coordination center: the coordination of actions of all participants of the cluster of business tourism, the collection of statistical reporting, investments, international and inter-regional cooperation, implementation of modern IT technologies, implementation of innovative information and methodological educational programs for staffing cluster of business tourism.

Keywords: business tourism, cluster approach, innovative programs, business tourism in Saint Petersburg.

References:

1. **Dybal M.A.** Modelirovanie innovacionno-obrazovatel'nyh tehnologij v sovershenstvovanii upravlenija gostinichnym biznesom [Simulation of innovative educational technologies to improve the management of the hotel business]. *Teoriya i praktika servisa: ehkonomika, sotsial'naya sfera, tekhnologii* [Theory and practice of service: economy, social sphere, technology], 2013, no. 3 (17), pp. 159–168.
2. **Porter M.E.** *Competitive advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York, The Free Press, 1985, 592 p. (Russ. ed.: Porter M.E. *Konkurentnoe preimushhestvo: kak dostich' vysokogo rezul'tata i obespechit' ego ustojchivost'*. Moscow, Al'pina Biznes Buks, 2005. 608 p.).
3. **Sergachev V.** MICE na Severo-Zapade: ambicioznye plany [MICE in the Northwest: ambitious plans]. *BusinessTravel: mezhdunarodnyj delovoj turizm* [Business Travel: international business tourism], 2015, no. 6, pp. 34–37.
4. **Sharafanova E.E., Drozdova I.V., Dybal' M.A.** *Delovoj turizm v regionah Rossijskoj Federacii* [Business tourism in the regions of the Russian Federation]. St. Petersburg: SPbGUSE, 2011. 195 p.
5. **Liu C.-H.S., Chou S.-F.** Tourism strategy development and facilitation of integrative processes among brand equity, marketing and motivation. *Tourism Management*, 2016, vol. 54, pp. 298–308.

ТУРДАЙДЖЕСТ

TOURDIGEST



В 2015 ГОДУ ВЫРОС ТУРПОТОК В РОССИЮ ИЗ КИТАЯ

В рамках группового туристического обмена без предварительного оформления виз в 2015 г. Российскую Федерацию посетили примерно 537,4 тыс. туристов из Китая. При этом общее увеличение группового туристического потока из КНР составило 87%. Наибольшей популярностью среди туристов из КНР пользовалась Москва (в общей сложности 240 тыс. чел., 45% от группового турпотока). В рамках одной поездки 98% китайских туристов предпочитают посещать Москву и Санкт-Петербург.

По материалам <http://russiantourism.ru>
(дата обращения: 10.02.2016)