

22.05.2026

Инфраструктура как драйвер роста

MICE-сегмент в России вступает в новый этап развития, где ключевым фактором успеха становится целостная экосистема услуг. О том, какие интегрированные решения и какие стратегии позволят отрасли адаптироваться к современным экономическим и геополитическим реалиям, поведал заместитель генерального директора Центра международной торговли Москвы Вадим Субботин.

— Насколько важна комплексная инфраструктура для организации мероприятий, и какие преимущества она даёт?

— Наличие комплексной инфраструктуры сегодня является одним из ключевых факторов успеха любой площадки, работающей в сегменте MICE. Организатору важно получить не просто зал, а целостную экосистему, что существенно снижает операционную нагрузку, упрощает координацию и минимизирует риски.

Наш комплекс — это яркий пример принципа «всё включено» для бизнеса. В рамках единого архитектурного ансамбля, мы объединили многофункциональный Конгресс-центр, бизнес-отель Plaza Garden Moscow WTC и апарт-отель «Международная», прайм-офисы и широкий спектр ресторанных услуг.

Организация мероприятий в месте, где конгрессные площадки интегрированы с гостиницами, позволяет участникам избежать сложностей логистики и потерянного времени. Например, в гостинице Plaza Garden Moscow WTC имеется более 700 современных номеров различных категорий, что позволяет разместить даже крупнейшие делегации, корпоративные группы и участников масштабных форумов без необходимости разброса по разным гостиницам.

Это значительно упрощает организацию, устраняет необходимость координировать переезды и обеспечивает быстроту и удобство перемещения в течение всего времени проведения мероприятия.

Такая концепция полностью соответствует мировым стандартам для проведения успешных международных конференций: локация, продуманная инфраструктура, включающая залы и отели, а также профессиональная команда.


MEET GLOBAL MICE CONGRESS
MOSCOW
Unity through Open Diversity: New Opportunities for the MICE industry
MEET GLOBAL MICE CONGRESS
MEET GLOBAL MICE CONGRESS
MEET GLOBAL MICE CONGRESS

— Какие способы повышения эффективности организации мероприятий Вы рекомендуете?

— В первую очередь, это системная подготовка. Чем раньше начинается планирование, тем больше возможностей избежать авралов.

Второй важный момент — централизованное управление проектом, когда есть единая команда или ответственный менеджер, который координирует все процессы.

И, безусловно, большую роль играет правильный выбор подрядчиков. На практике именно проверенные команды позволяют избежать типичных ошибок и работать в предсказуемом формате.

— Наблюдается ли рост популярности bleisure (business — «работа» + leisure — «отдых». — Прим.ред.), и какие продукты предлагаются?

— Да, интерес к совмещению деловых поездок с отдыхом постепенно растёт. Это особенно заметно в международных мероприятиях и среди участников, приезжающих из других регионов. При этом я бы не переоценивал масштаб; это скорее устойчивая тенденция, чем массовое явление. В ответ на этот спрос площадки и отели предлагают дополнительные опции: экскурсионные программы, культурные активности, расширенные возможности для отдыха.

В этом смысле ЦМТ находится в действительно выигрышном положении: он расположен в деловом центре города, при этом в шаговой доступности есть и прогулочные зоны, и культурные объекты, и разнообразная гастрономия. Это позволяет участнику не тратить дополнительное время на перемещения, а органично встроить досуг в деловую поездку.

Когда площадка интегрирована в живую городскую среду, это автоматически расширяет сценарии использования, от классических конференций до более гибких форматов с элементами нетворкинга и отдыха. В таком случае локация становится не просто фоном, а полноценной частью продукта.



— Как быстро внедряются цифровые технологии в сфере делового туризма, и насколько рынок сейчас готов к полному переводу всех процессов в онлайн-формат?

— Цифровизация в деловом туризме действительно внедряется очень активно, но говорить о полном переводе всего рынка в онлайн пока не приходится, и в обозримом будущем это вряд ли станет реальностью.

Сегодня мы видим массовый переход на корпоративные онлайн-платформы для бронирования авиабилетов, отелей и трансферов, автоматизацию отчётности с интеграцией в бухгалтерские системы, использование искусственного интеллекта для прогнозирования цен и оптимизации маршрутов.

Главная цель делового туризма — это живые встречи, переговоры и нетворкинг, которые видеоконференции полностью заменить не могут. К этому добавляется человеческий фактор (многие крупные компании предпочитают персонального менеджера, а не чат-бота), а также проблемы интеграции разнородных систем и риски утечки данных при полном уходе в онлайн.

Реалистичный прогноз — гибридная модель, где рутинные операций станут полностью автоматизированными, однако сами поездки, как физическое перемещение людей, останутся; «цифра», ИИ, онлайн будут их мощными помощниками, а не заменой.

— Что больше всего влияет на рынок, и присутствует ли фактор сезонности?

— Рынок стал гораздо более требовательным к сервису и чувствительным к уровню цен: клиенты дольше принимают решения, тщательнее считают бюджеты и ожидают более гибких условий. С точки зрения факторов, влияющих на рынок, я бы в первую очередь выделил уровень деловой активности в экономике в целом. А он напрямую зависит от макроэкономических прогнозов: в периоды неопределённости компании, как правило, оптимизируют расходы, и это отражается на формате и длительности мероприятий.

Фактор сезонности в деловом туризме обычно связан с пиковыми периодами весной и осенью, а лето и зима часто отмечаются спадом активности. Это создаёт риски понижения спроса, которые можно минимизировать, развивая партнёрства и гибридные форматы — сочетание офлайн и онлайн-мероприятий; проводить вебинары, мастер-классы и тематические события, требующие меньших затрат и доступных дистанционно.

Кстати, последние годы фактор сезонности становится несколько менее выраженным, к примеру, в летний период в Москве проводятся крупные мероприятия и форумы, привлекающие гостей. Расширение географии проведения мероприятий с учётом региональных особенностей помогает использовать преимущества разных климатических и временных зон. Адаптированные маркетинговые стратегии и использование программ лояльности позволяют снизить влияние сезонных колебаний и обеспечить более стабильный поток деловых событий круглый год.


Зал ВТБ
Нас рекомендуют
№1
>30
№1
>80
циан
МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЖИЛИЩНЫЙ КОНГРЕСС

— Какие меры предпринимаются для обеспечения комфорта участников?

— Комфорт начинается с того, что гость не имеет забот, связанных с его пребыванием в нашем комплексе, и даже просто со взаимодействием с любым членом персонала в любой точке контакта. Клиентоцентричность, чёткая логистика, понятная навигация, своевременная регистрация, слаженная работа персонала, всё это формирует положительное впечатление.

Особое внимание уделяется питанию, таймингу программы и транспортной доступности, ведь даже небольшие недочёты могут значительно повлиять на восприятие мероприятия. Важен также индивидуальный подход: мы прислушиваемся к пожеланиям каждого клиента, разрабатываем сервисы, соответствующие их требованиям, что помогает исключить любые неудобства.

Внимание к деталям, от оформления пространства до сервиса, создаёт гармоничную атмосферу. Все эти меры позволяют участникам чувствовать себя свободно, избегать проблем и оставить после мероприятия приятные впечатления.

— Какие тренды и стратегии будут определять будущее отрасли?

— Будущее делового туризма будет определяться несколькими ключевыми трендами и стратегиями, существенно учитывающими текущую геополитическую ситуацию.

В условиях высокой нестабильности и быстрого изменения мировой обстановки, рынок активно адаптируется, всё больше внимания уделяя гибкости и многогранности форматов. Комбинирование виртуальных, гибридных и офлайн-мероприятий становится нормой.

Деловая активность сохранится, поскольку бизнес продолжает нуждаться в личных контактах и эффективном общении для укрепления партнёрских связей, поиска новых возможностей и быстрого реагирования на новые вызовы.

В центре внимания окажутся устойчивость и экологичные решения, которые помогут создать позитивный имидж и повысить репутацию участников. Цифровые технологии, такие как искусственный интеллект, автоматизация и платформенные решения, позволят участникам участвовать в мероприятиях даже при ограничениях на передвижение.

Индивидуализация опыта — создание персонализированных программ, сервисов и условий — станет важным элементом для повышения уровня комфорта, гибкости и удовлетворённости участников.

Также, в связи с геополитическими рисками, важно быть готовым к изменению логистики, быстрому переключению на альтернативные маршруты и площадки и расширению международных связей в новых регионах.

В таких условиях стратегический подход к развитию инфраструктуры, гибкие форматы мероприятий и умение быстро адаптироваться к новым обстоятельствам станут залогом успеха. И в целом для участников и организаторов важно наладить устойчивое, многостороннее взаимодействие и неукоснительно следить за изменениями на глобальном рынке, чтобы своевременно реагировать и сохранять конкурентоспособность.