

Янковенко В.А.

Белорусский государственный университет физической культуры
Республика Беларусь, Минск

**MICE В БЕЛАРУСИ:
СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

Yankovenko V.A.

Belarusian State University of Physical Culture,
Republic of Belarus, Minsk

**MICE IN BELARUS:
STATE, PROBLEMS AND DEVELOPMENT PROSPECTS**

ABSTRACT. Industry meetings or MICE according to the World Tourism and Travel Council in recent years is one of the fastest growing types of tourism activities. In 2018, the world turnover in this kind of tourism amounted to about 1.5 trillion dollars. The United States, while in recent years, the growth rate does not fall below 4 %. The Republic of Belarus, and first of all the city of Minsk, due to the geographical location and development of the tourism infrastructure and hospitality, have all the opportunities to take a worthy place in this kind of tourism.

KEYWORDS: reception and maintenance of foreign tourists; cost of services; infrastructure; venues for events; projects.

АННОТАЦИЯ. Индустрия встреч, или MICE, по данным Всемирного совета по туризму и путешествиям, в последнее время является одним из динамично развивающихся видов туристической деятельности. В 2018 году в мире оборот в этом виде туризма составил около 1,5 трлн дол. США, при этом в последние годы темпы роста не опускаются ниже 4 %. Республика Беларусь, а в первую очередь г. Минск, в силу географического расположения и развитости инфраструктуры туризма и гостеприимства имеют все возможности для того, чтобы занять достойное место в этом виде туризма.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: прием и обслуживание иностранных туристов; стоимость услуг; инфраструктура; площадки для проведения мероприятий; проекты.

В настоящее время отличительной особенностью белорусского туристического рынка является преобладание на нем предприятий, предлагающих отдых и путешествия для граждан Республики Беларусь за ее пределами.

Превышение выездного туризма перед въездным объясняется не только недостаточно развитой инфраструктурой туризма, но и отсутствием стратегии развития отдельных видов туризма, неподготовленностью туроператоров правильно формировать, продвигать и реализовывать конкурентоспособные туры, позволяющие выйти на мировой туристический рынок. При этом их необходимо разрабатывать с учетом потребностей различных категорий туристов (школьники, студенты, предприниматели, корпоративные заказчики, пенсионеры и др.), а также предпочтений

по видам туризма (культурно-познавательный, паломнический, спортивный, экологический, сельский и др.) [1].

Одним из перспективных для Беларуси и, в частности, для г. Минска, видится развитие МІСЕ-туризма, сферой событийного, делового туризма, связанной с организацией и проведением массовых и корпоративных мероприятий. Основные отличия и преимущества МІСЕ-туризма: отсутствие сезонности, высокий уровень доходности, прогнозируемость, массовость, дифференциация, специфическая инфраструктура, большое количество задействованных в организации людей.

Основные факторы, влияющие на развитие индустрии встреч:

- наличие развитой транспортной инфраструктуры (60 прямых регулярных авиарейсов в/из Минска, развитая сеть наземного транспорта);

- отсутствие визового барьера (безвизовый въезд через аэропорт г. Минска до 30 дней для граждан 80 стран, возможность оформления визы в аэропорту по прибытии);

- популярность/известность направления;

- безопасность (личная безопасность туристов, сохранность их имущества, защита данных);

- стоимость услуг (средняя стоимость проживания в отелях категории 4–5* в Минске – 80–120 долл./сутки, номер TWIN, средняя стоимость конференц-пакета на 1 человека в день – от 30 долл. США);

- развитая инфраструктура (51 гостиница на 11 665 мест единовременного размещения в г. Минске, 10 конференц-площадок, достаточное количество ресторанов, объектов культуры, спорта и развлечений и пр.). В прилегающих к г. Минску районах расположены свыше 20 объектов активного отдыха, около 100 сельских усадеб, оказывающих разнообразные услуги [2].

По всем остальным дополнительным услугам проигрываем конкурентам в силу особенностей законодательного регулирования (применение ставки НДС). Несмотря на отсутствие координирующего органа (конгресс-бюро), стратегии развития этого вида туризма, в Минске проводятся отдельные массовые крупномасштабные мероприятия, инициированные федерациями по видам спорта (хоккея, борьбы, художественной гимнастики и др.). Одним из лидеров развития МІСЕ-туризма является туристическая компания «Вокруг света» (г. Минск), представившая результаты своей работы.

Туристическая компания «Вокруг света» (г. Минск):

- в 2017 году принято в Беларуси 35 000 туристов и проведено более 60 корпоративных мероприятий в Беларуси и за рубежом;

- единственные в Беларуси члены ЕТОА (Европейской ассоциации туроператоров);

- с 1 июня 2017 года – франчайзинговое агентство в глобальной туристической сети Lufthansa City Center (более 700 компаний по всему миру);

- члены Ассоциации Европейского бизнеса и одни из инициаторов комитета по туризму на базе Ассоциации;

- с 2001 по 2012 год являлись членом UNWTO (Всемирная туристская организация);

– «Вокруг Света» – владелец торговой марки Hotel.by (первая белорусская система online-бронирования отелей);

– сотрудничает с профессиональными партнерами в 98 странах мира.

Некоторые реализованные проекты:

– обслуживание Национальных экспозиций Республики Беларусь на международных выставках в Венесуэле, Иране, Ливии, Индонезии, Китае, Вьетнаме, Шанхае, ОАЭ, России (от 40 до 350 чел.);

– цикловые конференции в Минске для компаний Abbott (450 чел.), Herbalife (80 чел.), Nikon (25 чел.), Henkel (300 чел.), Biocad (170 чел.) в Минске;

– Минск: нейросаммит для фармацевтической компании Merz (80, 95, 70 чел.);

– обслуживание в Минске шотландских футбольных болельщиков (2000 чел.);

– обслуживание в Минске Международного театрального фестиваля им. А.П. Чехова (289 чел.);

– выездные советы директоров компании «Атлант-М» на Кубе, Камчатке, в Грузии, ОАЭ, Литве, Азербайджане, Испании, на Кипре (от 50 до 110 чел.);

– Incentive программы на горнолыжных курортах Буковель (Украина), Ливиньо (Италия), Зельден, Пиццаль (Австрия) с организацией соревнований по слалому (до 60 чел.);

– Incentive программы, выездные семинары и конференции для фармацевтического бизнеса в Вильнюсе, Риге, Праге, на Тенерифе, Минске и много других (от 19 до 60 чел.).

Итоги работы одной из лидирующих организаций показывают, что MICE-туризм является одним из перспективных направлений, несмотря на отсутствие стратегии развития, консолидации усилий органов государственного управления, общественных объединений и туристических организаций.

В пользу развития MICE-туризма говорят и данные Harvard Business Review, утверждающие, что бизнес-встречи face-to-face в 34 раза более успешные, чем электронное общение. Также, в связи с ухудшением геополитической ситуации, все больше требований в деловом туризме предъявляется к безопасности, которая обеспечивается в нашей стране. Для того чтобы MICE-туризм стал одним из приоритетных видов туризма, необходимо разработать стратегию его развития, определить или создать организацию (в Минске это может быть «Туристско-информационный центр», в республике – «Национальное агентство по туризму») для координации работы.

1. Янковенко, В. А. Анализ потребности туристической отрасли в компетентных специалистах / В. А. Янковенко // Подготовка и повышение квалификации преподавателей дисциплин по туризму и гостеприимству: международный опыт: материалы Междунар. науч.-метод. конф. – Минск: РИПО, 2014. – С. 19–21.

2. Акантинов, А. Д. Обзор рынка MICE-индустрии г. Минска / А. Д. Акантинов // Ценности, традиции и инновации современного спорта: материалы Междунар. науч. конгр., Минск, 18–20 апр. 2018 г. – Минск: БГУФК, 2018. – Ч. 2. – С. 212.