

РЕСПУБЛИКА БЕЛАРУСЬ – НОВЫЙ ПУНКТ В СПИСКЕ ДЕЛОВОГО ГОСТЕПРИИМСТВА

Н. В. Касперович

Белорусский государственный университет, г. Минск;

natali.cas@mail.ru;

науч. рук. – Ж. П. Аникина, канд. экон. наук, доц.

В данной статье туризм рассматривается как составляющая часть сферы услуг, имеющая свою специфику. Выявлены основные закономерности и тенденции развития делового туризма Республики Беларусь на основе официальных статистических данных. Исследовано сообщество MICE как проявление делового туризма в Республике Беларусь.

Ключевые слова: сфера услуг; деловой туризм; белорусская MICE; Каталог о планировании мероприятий; MICE in MINSK.

Туризм – одна из важнейших частей сферы услуг. Он благотворно воздействует на развитие экономики, гостиничного хозяйства, транспорта и коммуникаций, строительства, сельского хозяйства, розничной торговли, производства, торговли сувенирами и другого. Это целая отрасль, индустрия, объединяющая ряд различных организаций и предприятий, занимающихся организацией отдыха туристов и предоставляющих потребителям разнообразные услуги. Туризм позволяет людям прочувствовать историю, культуру, обычаи, духовные и религиозные ценности стран и их народов. По всему миру туризм становится важной сферой деятельности. За 2017 год туризм в Республике Беларусь составил 6,2 % от общего вклада в ВВП [1].

В 2004 году была принята первая Национальная программа развития туризма в Республике Беларусь. Результатом её реализации стал поразительный рост экспорта туристических услуг, развитие туристической платформы в стране, изменение въездного режима и правил пребывания иностранных граждан на территории Беларуси.

Сдерживание туризма и отдыха в Республики Беларусь вызвано следующими причинами: степень узнаваемости городов; низкие темпы реставрации, реконструкции или ремонта историко-культурных памятников; слабая реклама туристического продукта; потеря актуальности существующей материально-технической базы; отсутствие для гостиниц классификации по уровню сервиса; неразвитость дорожного хозяйства, особенно в небольших городах; отсутствие туристических указателей и знаков.

Сегодня в Беларуси выполняется ряд госпрограмм, в которых предусмотрены мероприятия по совершенствованию современной платформы

туризма в различных регионах страны. Государственная программа «Беларусь гостеприимная» на 2016–2020 годы направлена на развитие актуального конкурентоспособного туристического комплекса, увеличение вклада туризма в развитие национальной экономики [2].

Одна из ведущих, высокорентабельных и стремительно растущих отраслей мировой экономики сегодня – деловой туризм. Большинство поездок сейчас связано со служебной необходимостью, а бизнес-туризм даёт возможность познакомиться с новыми технологиями, встретиться с инвесторами, партнёрами, поставщиками и потребителями и обеспечивает бизнес новыми идеями. И, без сомнения, Беларусь – новый пункт в списке делового гостеприимства [3].

Для продвижения нашей страны и столицы на мировом рынке делового туризма реализуется MICE- сообщество. MICE – это проявление делового туризма, которое является важной частью ведения бизнеса во многих странах. Сегодня MICE –это не просто направление, а целая отдельная индустрия. Она включает в себя такие мероприятия как: конференции, выставочные мероприятия, встречи с коллегами и партнёрами за пределами своей страны пребывания.

Аббревиатуру MICE можно расшифровать следующим образом: Meetings – деловые встречи, переговоры; Incentives –стимул, поощрение, повышение лояльности; Conferences –конференции, форумы, симпозиумы; Exhibitions / Events – корпоративные мероприятия.

В поисках новых возможностей дирекция Центра стратегического развития «Маркетинговые системы» стала инициатором реализации белорусской MICE. Эта программа поможет совершенствоваться в этом бизнесе на «новом мировом» уровне и продвинет нашу страну на мировой рынок делового туризма, а прежде всего на самый близкий и понятный нам российский рынок.

Вышло второе издание каталога «MICE in MINSK. Meeting Planners Guide/Каталог о планировании мероприятий в городе Минске. 2018» в бумажном и электронном виде на русском и английском языке. В каталоге представлены конференц-отели, конференц-залы, предложены занимательные программы для активного отдыха, представлены основные DMC и EVENT организации. Каталог предназначен для продвижения города Минска и окрестностей как платформы для проведения конференций, совещаний, форумов, тимбилдингов, поощрительных поездок, корпоративного отдыха. В разработке этого издания были задействованы ИТЦ «Минск» Мингорисполкома, Министерства спорта и туризма, Министерства иностранных дел Республики Беларусь.

Каталог уже имеют около 70 зарубежных СМИ, около 30 международных ассоциаций, около 80 посольств зарубежных стран в Беларуси [4].

Другими словами, если цена высока, то и качество будет соответствующим. Без соответствующей инициативы добиться быстрого решения существующих проблем будет трудно. Инициатива со стороны субъектов рынка делового туризма должна быть направлена на решение таких проблем, как несоответствие цены и качества предоставляемых услуг, низкий уровень обслуживания клиентов и квалификации кадров. Основываясь на опыте разных стран, мы должны делать правильные выводы, а уже после делать уверенные шаги к достижению поставленной цели – развитого и приносящего стабильный доход делового туризму.

Библиографические ссылки

1. Мировой Атлас Данных [Электронный ресурс]. URL: <https://knoema.ru/atlas/Беларусь/topics/Туризм/Общий-вклад-туризма-в-ВВП/Общий-вклад-в-ВВП-доля-percent> (дата обращения: 04.03.2018).
2. Туризм. Официальный интернет-портал Президента Республики Беларусь [Электронный ресурс]. URL: http://president.gov.by/ru/tourism_ru (дата обращения: 04.03.2018).
3. Министерство спорта и туризма Республики Беларусь // [Электронный ресурс]. URL: <http://mst.by/ru/delovoj-ru/> (дата обращения: 04.03.2018).
4. Новости рынка маркетинговых коммуникаций и рекламы Беларуси // [Электронный ресурс]. URL: <http://marketing.by/novosti-rynka/vyshel-katalog-poluchshim-mestam-minska-dlya-delovogo-turizma/> (дата обращения: 04.03.2018).