

КРАТКИЙ ОБЗОР РАЗВИТИЯ МІСЕ-ИНДУСТРИИ ФЕДЕРАТИВНОЙ РЕСПУБЛИКИ БРАЗИЛИЯ

Ю. И. Синявская¹⁾, В. М. Дедок²⁾

¹⁾ *Белорусский государственный Университет,
ул. Ленинградская, 20, г. Минск, 220030, Республика Беларусь, sudak@bsu.by*

²⁾ *Белорусский Государственный Университет,
ул. Ленинградская, 20, г. Минск, 220030, Республика Беларусь, dedokvm@bsu.by*

Став одной из самых востребованных стран для проведения мероприятий в сегменте МІСЕ (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions), Федеративная Республика Бразилия продолжает удерживать лидирующие позиции в регионе. Ежегодно МІСЕ-индустрия растет на 14% и приносит 4% ВВП. В 2013 г. выручка компаний, организующих деловые мероприятия, увеличилась в 18 раз по сравнению с 2001 г. Более 60 тыс. компаний, организующих ярмарки, конгрессы и выставки, получили прибыль в размере 59 млрд. реалов. В статье изучен среднестатистический портрет туриста МІСЕ-индустрии Бразилии, количество МІСЕ-мероприятий, проводимых в разных регионах страны и города, наиболее посещаемые иностранными бизнес-туристами, также отдельно отмечено количество участников деловых мероприятий данной латиноамериканской страны, распределение доходов по регионам.

Ключевые слова: МІСЕ-индустрия; Латинская Америка; Федеративная Республика Бразилия; региональное развитие; развитие делового туризма.

DEVELOPMENT SUMMARY OF MICE INDUSTRY IN FEDERATIVE REPUBLIC OF BRAZIL

Y. I. Siniauskaya^a, V. M. Dedok^b

^a*Belarusian State University, st. Leningradskaya, 20, Minsk, 220030, Belarus*

^b*Belarusian State University, st. Leningradskaya, 20, Minsk, 220030, Belarus*

Corresponding author: Y. I. Siniauskaya (sudak@bsu.by)

Having become one of the most demanded countries for holding events in the MICE segment (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions), the Federative Republic of Brazil continues to hold a leading position in the region. The MICE industry contributes 4% of GDP and grows by more than 14% annually. In 2013, the revenues of companies organizing business events increased 18 times compared to 2001. More than 60 thousand companies organizing fairs, congresses and exhibitions, received a profit of 59 billion reals. The article examines portrait of an average tourist in the MICE industry of Brazil, the number of MICE events held in different regions of the country, the most visited cities by

foreign business tourists, the number of participants in business events in this Latin American country and income distribution per region.

Key words: MICE industry; Latin America; Federative Republic of Brazil; regional development; business tourism development.

Сегмент MICE-туризма играет ключевую роль в экономике Бразилии, это один из важнейших инструментов в процессе развития городов, также данный вид туризма отвечает за распространение знаний и обмен важным опытом в сфере образования, услуг, энергетики и медицины, предоставляет возможность проводить важные разработки и исследования во время конгрессов и деловых встреч. В последние годы Федеративная Республика Бразилия приобрела широкую международную известность благодаря проведению крупных спортивных и культурных мероприятий, доказав всему миру, что в стране есть множество достопримечательностей, разнообразная кухня, большое количество народных праздников и ремесел. Кроме того, организаторы мероприятий и поставщики услуг в данном сегменте постоянно стремятся к повышению качества предоставляемого сервиса. По всем этим причинам MICE-сегмент продолжает активно развиваться, растет примерно на 14% в год и приносит 4% ВВП [1].

Международная аббревиатура M.I.C.E (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions) широко известна в Бразилии как Turismo de Negócios e Eventos (TNE), то есть индустрия делового и событийного туризма. Данный сегмент туризма является одной из важнейших сфер, стимулирующих туристическую экономику страны, занимающую первые позиции по объему доходов за последние годы. Также TNE-индустрия рассматривается как одно из решений проблем сезонности, использования инфраструктуры и туристических услуг в низкий сезон.

Согласно основным принципам делового и событийного туризма, разработанным Министерством туризма Бразилии, мероприятия, способствующие развитию экономики данной латиноамериканской страны, можно разделить на коммерческие, научно-технические, рекламные и социальные [2]. Внутри них в сегменте есть несколько видов форматов встреч, таких как: конгрессы, ярмарки, воркшопы, деловые встречи средних и малых предпринимателей, командировки, технические визиты, конференции, конвенции, курсы, семинары, корпоративные поездки, бизнес-встречи игроков крупного бизнеса. Вышесказанное можно представить в виде следующей схемы:



Рис. 1. Классификация мероприятий, способствующих развитию экономики данной латиноамериканской страны
Примечание – Источник: собственная разработка автора

Сегмент делового и событийного туризма в Бразилии значительно вырос за последние годы, повысив свою экономическую значимость с точки зрения создания бизнеса, занятости, уровня доходов и налогов. Последним большим исследованием данного сегмента на сегодняшний день является «Экономическим обзор индустрии деловых мероприятий в Бразилии» (порт. Dimensionamento Econômico da Indústria de Eventos do Brasil), проведенное в 2013 г. Бразильской ассоциацией компаний по организации мероприятий (порт. Associação Brasileira de Empresas de Eventos), Бразильским бюро малого и среднего предпринимательства (порт. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) и Федеральным университетом Флуминенсе¹. Благодаря исследованиям, проведенным в данном документе, можно рассмотреть количество мероприятий делового и событийного туризма, проводимых в разных регионах Федератив-

¹ Государственное высшее учебное заведение в Бразилии, считается одним из главных центров передового опыта в стране, входит в число лучших университетов Латинской Америки.

ной Республики Бразилия. География деловых мероприятий Бразилии в 2013 году выглядит следующим образом (см. рисунок и таблицу) [3]:



Рис. 2. Регионы Бразилии
Примечание – Источник: [3]

География деловых мероприятий Бразилии, 2013 год

Название региона	Количество мероприятий, ед.	Доля, %	Распределение доходов по регионам, %	Количество участников деловых мероприятий, чел.	Доля, %
1. Центральнo-западнoй	54 689	9%	6,05%	18 243 000	9%
2. Северo-восточнoй	116 362	20%	13,45 %	33 915 225	17%
3. Севернoй	25 721	4%	2,10%	6 399 276	3%
4. Югo-восточнoй	305 720	52%	52,58%	106 230 447	53%
5. Южнoй	88 420	15%	25,82%	37 383 838	18%
Итого	590 912	100%	100%	202 171 786	100%

За 2013 г. было задействовано 60 тыс. компаний в организации данного вида услуг, предоставлено около 2 млн. рабочих мест, доход от организации деловых мероприятий составил 209 млрд. бразильских реалов.

лов¹ (92 млрд. долл. США), выплачено 48 млрд. бразильских реалов (21 млрд. долл. США) в виде налогов, проведено 590 тыс. деловых мероприятий, в которых приняли участие 203 млн. человек [4].

Что касается регионов проведения деловых мероприятий, безусловно стоит отметить Юго-восточный регион, который является лидером TNE-индустрии Бразилии, именно там находятся такие города как Сан-Паулу и Рио-де-Жанейро. Сан-Паулу, крупнейший город и основной туристический центр Бразилии, согласно исследованиям Бразильского института географии и статистики (порт. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), принимает около 80% ярмарок и конгрессов, проводимых на территории страны [5]. Город уже известен на национальном уровне как деловая столица, он также выделяется культурной и художественной жизнью, что повышает ценность делового и событийного туризма. По данным Бразильского института географии и статистики, на штат Сан-Паулу приходится 43,88% доходов от туристических услуг в Бразилии [5].

Рио-де-Жанейро входит в девятку самых востребованных городов мира для проведения международных конференций. Имеет два аэропорта с ежедневными рейсами по всей стране и за границу (Международный аэропорт Галеан и Аэропорт Сантос Дюмон), гостиничную сеть, насчитывающую в настоящее время более 20 тыс. номеров, и крупнейший в Латинской Америке конференц-центр – комплекс Риосентро [5]. Кроме того, город располагает 21 всемирно известной туристической достопримечательностью, например, статуя Христа-Искупителя², гора Сахарная голова³ и тематические маршруты, посвященные религии, природе и истории [5].

К слову, об участниках мероприятий следует отметить следующее: иностранный турист, приезжающий в Бразилию по делам, тратит в среднем в четыре раза больше, чем турист, посещающий страну в поисках отдыха [6]. Преимущественно деловые мероприятия посещают мужчины (58%), которые путешествуют в одиночку (54%) и прибывают в Бразилию впервые (67,6%) [6]. С учетом семидневного пребывания средние расходы на поездку составляют 2122 дол. США на человека, а средняя продолжительность пребывания в стране – 7 ночей, при этом 92% посетителей намерены посетить Бразилию еще раз, и у 73,9% туристов сложилось положительное впечатление о посещаемом городе. Средний

¹ Денежная единица Бразилии, делится на 100 сентаво. Является относительно новой валютой, появилась в 1994 г.

² Статуя Иисуса-Христа, расположенная на вершине горы Корковаду в Рио-де-Жанейро. Всемирно известный символ Бразилии, неофициально избрана одним из Новых семи чудес света.

³ Гора в Рио-де-Жанейро высотой 396 м., получила такое название из-за своей необычной формы, которую бразильцы сравнивают с куском сахара.

возраст туристов от 25 до 44 лет (55%), преимущественно это путешественники из Европы (23%), Северной Америки (20,5%), Латинской Америки (19,4%) и Южной Америки (15,7%) [7]. Отдельно стоит отметить, что у большинства туристов (97%), посещающих Бразилию по делам, высшее образование и средний доход выше 4 000 дол. США (39%) [6].

В заключение необходимо отметить, что в настоящее время деловой и событийный туризм в Федеративной Республике Бразилия активно развивается, является перспективным направлением туристической отрасли и источником доходов с большим потенциалом развития. Кроме того, в виду отсутствия актуальных статистических данных по развитию сектора в период пандемии COVID-19 данный вопрос требует отдельных исследований.

Библиографические ссылки

1. Segmento MICE no Brasil. 2019. URL: <https://www.revistaebs.com.br/mice/segmento-mice-no-brasil/> (дата обращения: 10.01.2022).
2. Turismo de negócios e eventos:tudo o que você precisa saber. 2019. URL: <https://doity.com.br/blog/turismo-de-negocios-e-eventos/> (дата обращения: 10.01.2022).
3. Dimensionamento Econômico da Indústria de Eventos do Brasil – 2013. 2013. URL: <http://www.abeoc.org.br/wp-content/uploads/2014/10/II-dimensionamento-setor-eventos-abeoc-sebrae-171014.pdf/> (дата обращения: 10.01.2022).
4. Dados do setor de eventos de 2019. 2019. URL: <https://abeocpr.com.br/dados-do-setor-de-eventos-de-2019-abeoc-brasil/> (дата обращения: 09.01.2022).
5. Análise do turismo de negócios e eventos na Cidade de Ponta Grossa. 2011. URL: <https://www2.uepg.br/turismo/wp-content/uploads/sites/21/2020/11/Analise-do-Turismo-de-Negocios-e-Eventos-na-Cidade-de-Ponta-.pdf/> (дата обращения: 11.01.2022).
6. Boletim de inteligência. 2015. URL: [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/fc664c6f5670e0c36bd14c8831dc659a/\\$File/5848.pdf/](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/fc664c6f5670e0c36bd14c8831dc659a/$File/5848.pdf/) (дата обращения: 09.01.2022).
7. Estrangeiro que visita o Brasil deseja voltar. 2013. URL: <https://www.gov.br/turismo/pt-br> (дата обращения: 09.01.2022).