

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ И ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ MICE-ИНДУСТРИИ В ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ

А. Г. Старовойтова

*Белорусский государственный Университет,
ул. Ленинградская, 20, г. Минск, 220030, Беларусь, alexandra_strvt@mail.ru*

Современные конкурентные рыночные условия и влияние ряда внешних факторов таких, как, например, эпидемиологический, существенно повлияли на развитие всех отраслей бизнеса, начиная с 2020-2021 гг. В этой связи еще большую актуальность получила необходимость поддержания старых и установления новых деловых связей с целью развития как отдельных предприятий, так и индустрий в целом. Это объясняет усиление влияния MICE-мероприятий на региональную и национальную экономику стран.

Ключевые слова: MICE-индустрия, MICE-ивенты, Тенденции MICE, Развитие делового туризма, Зарубежные страны.

ANALYSIS OF MODERN TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF MICE INDUSTRY IN FOREIGN COUNTRIES

A. Starovoitova

Belarusian State University, st. Leningradskaya, 20, Minsk, 220030, Belarus

Competitive modern market conditions and the influence of a number of external factors, such as epidemiological, have significantly affected the development of all business sectors, starting from 2020-2021. In this regard, the need to maintain old and establish new business relationships with the aim of developing both individual enterprises and industries as a whole has become even more urgent. This explains the increasing influence of MICE events on the regional and national economies of countries.

Key words: MICE industry, MICE events, MICE trends, Business tourism development, Fforeign countries.

В данной работе автор рассматривает, как менялась и развивалась MICE-индустрия в XXI веке в разных странах и регионах мира. Для анализа взяты следующие страны: Германия, Испания, Италия, Канада, Китай, Нидерланды, Великобритания, США, Франция, Япония¹. Так как они являются ведущими и задают направление развития экономики и промышленности, то, основываясь на особенностях развития индустрии

¹ Выбор стран обоснован тем фактом, что, согласно ежегодному отчету ИССА за 2019 г., данные страны вошли в топ-10 по общему количеству массовых мероприятий и 7 из них образуют “Большую семерку” (Франция, Германия, Италия, Япония, Великобритания, США, Канада).

MICE в этих странах, автор делает выводы о мировых тенденциях в рамках индустрии (см. таблицу 1).

Таблица 1

Сравнение количественных показателей по мероприятиям, проведенным в странах с развитой MICE-индустрией в 2000 и 2019 гг.

Страна	Количество проведенных мероприятий (изменение ¹ в %)		Число участников мероприятий (изменение в %)	
	2000 г.	2019 г.	2000 г.	2019 г.
Германия	294	714 (242,9%)	198 785	252 688 (127,1%)
Испания	195	578 (296,4%)	140 782	348 728 (247,7%)
Италия	199	550 (276,4%)	270 159	217 638 (80,6%)
Канада	142	336 (236,6%)	233 575	168 102 (72,0%)
Китай	75	539 (718,7%)	40 756	170 066 (417,3%)
Нидерланды	173	356 (205,8%)	178 874	152 010 (85,0%)
Великобритания	299	567 (189,6%)	233 575	215 929 (92,5%)
США	444	934 (210,4%)	557 693	357 137 (64,0%)
Франция	258	595 (230,6%)	278 289	251 097 (90,3%)
Япония	158	527 (333,5%)	123 307	175 955 (142,7%)

Примечание – Источник: собственная разработка на основе источников [1,9]

На основе приведенных выше данных можно выделить топ-3 лидеров – Китай, Япония, Испания (см. рис. 3 и 4).

Рост показателей по Китаю и Японии можно объяснить подъемом экономики, расширением влияния этих стран на мировой арене и, соответственно, повышением деловой активности. По прогнозам World Economic Forum, в 2021 году, по паритету покупательной способности (ППС), азиатские экономики впервые с XIX века станут больше, чем весь остальной мир вместе взятый (см. рис. 2). Азия становится не только богаче, но и более интегрированной. [2,10]

¹ Рассчитано как отношение показателей 2000 г. к соответствующим показателям 2019 г.

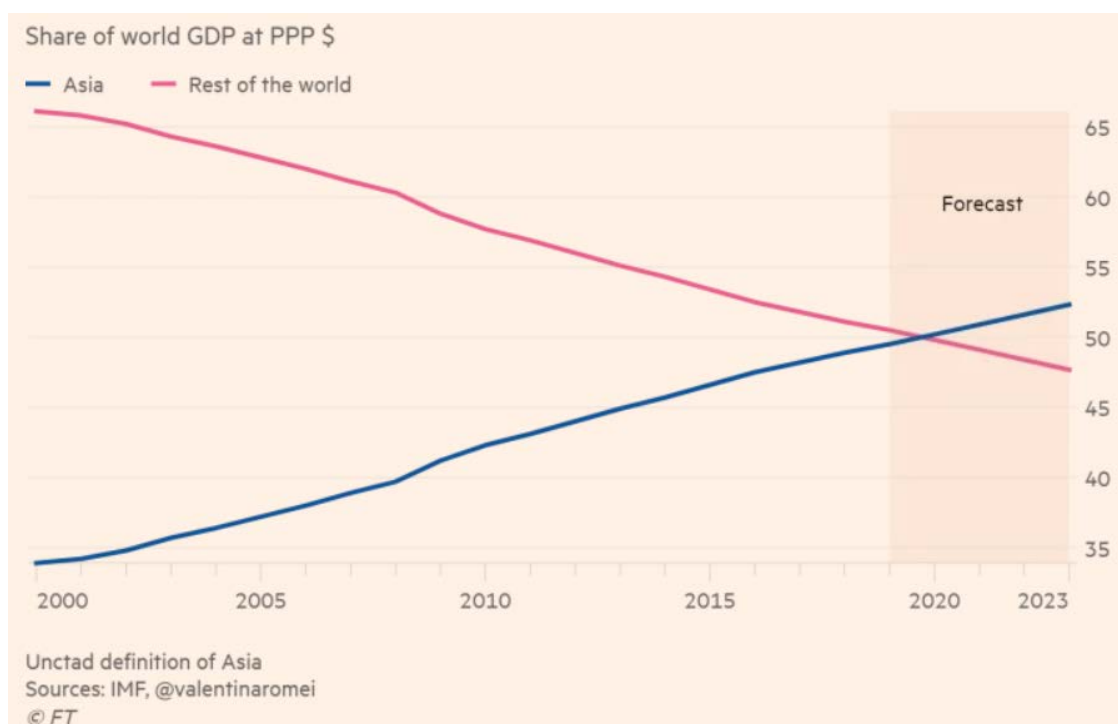


Рис. 1. Доля мирового ВВП по ППС между 2000 и 2023 гг.
Примечание – Источник: [10]

Фактор экономического роста является ключевым и для роста МІСЕ-индустрии Испании. С 2000 по 2007 год испанская экономика переживала период интенсивного роста. И, несмотря на Великую депрессию и Великую рецессию 2007-2009 гг., к 2019 г. экономика страны вышла на прежний уровень, безработица снизилась вдвое. [8]

Количество проведенных мероприятий

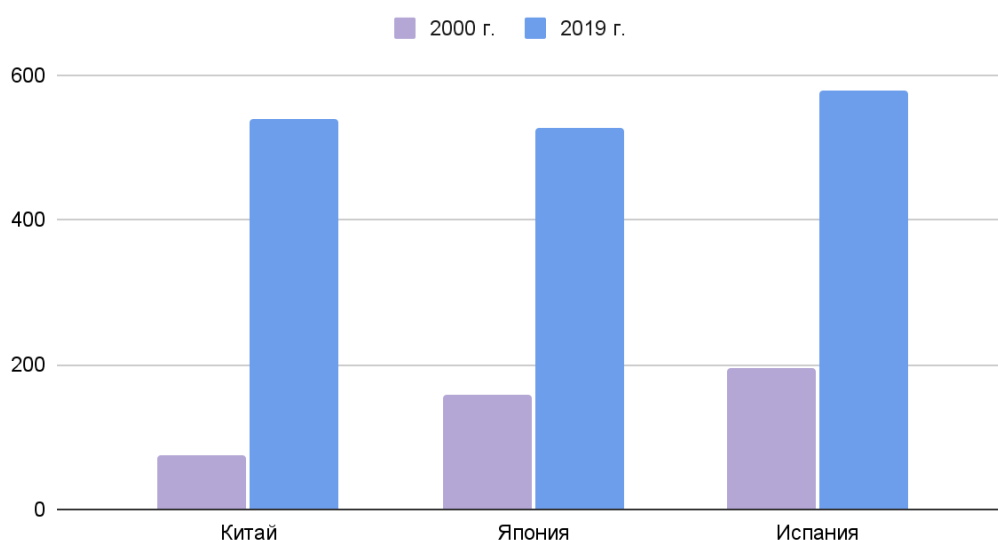


Рис. 2. Количество проведенных мероприятий в странах-лидерах в 2000 и 2019 гг.
Примечание – Источник: собственная разработка на основе источников [1,9]

Число участников мероприятий

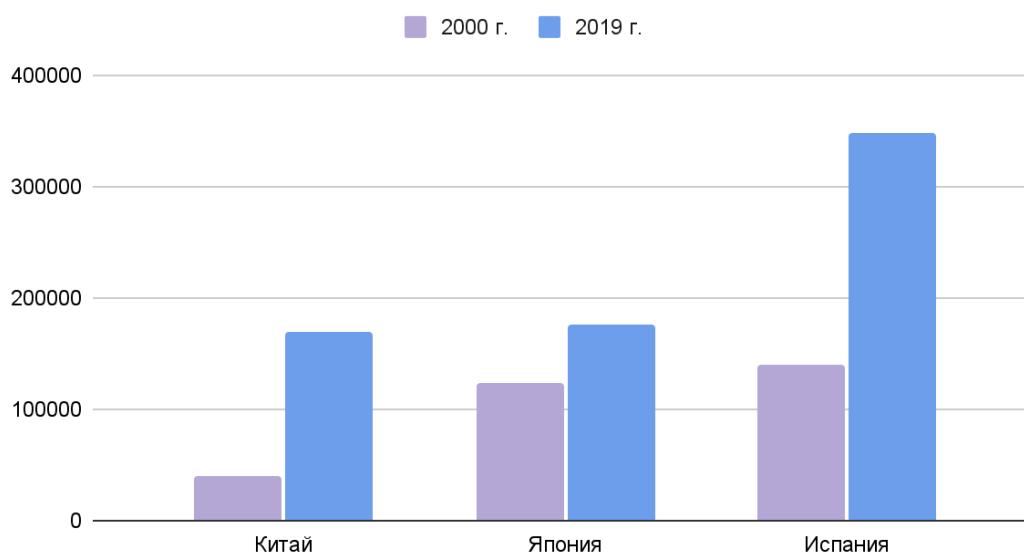


Рис. 3. Число участников мероприятий в странах-лидерах в 2000 и 2019 гг.
Примечание – Источник: собственная разработка на основе источников [1,9]

Несмотря на увеличение количества мероприятий, в тройку аутсайдеров по числу участников массовых мероприятий попали США, Канада и Италия (см. рис. 5). Это возможно объяснить ростом популярности гибридных и онлайн-мероприятий в данных странах.

Число участников мероприятий

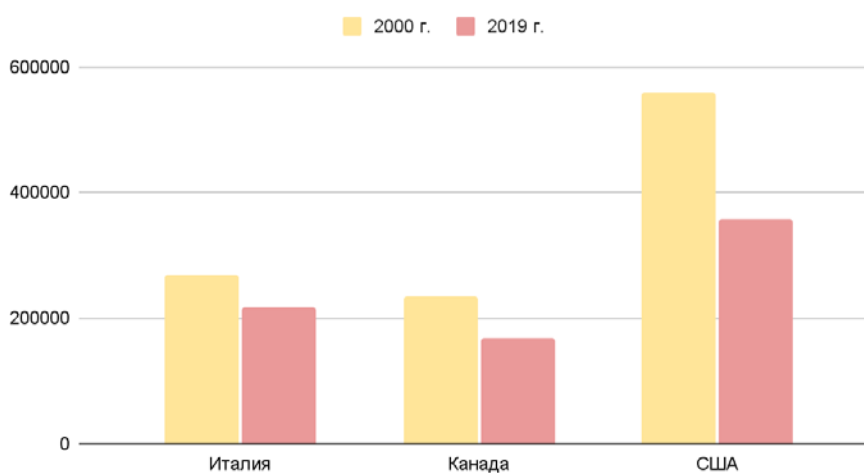


Рис. 4. Количество проведенных мероприятий в странах-аутсайдерах в 2000 и 2019 гг.

Примечание – Источник: собственная разработка на основе источников [1,9]

Рассмотрим основные тенденции и тренды MICE-индустрии в Китае, США и Испании как крупнейших и наиболее релевантных для данной выборки представителей макрорегионов.

Азиатско-Тихоокеанский регион является одним из наиболее быстро развивающихся регионов в мире, а некоторые страны и города уже лидируют в индустрии МІСЕ. Эта отрасль является одним из ключевых факторов развития туристических направлений и, следовательно, важным источником дохода, занятости и иностранных инвестиций. Помимо этих экономических выгод, МІСЕ-индустрия также предоставляет возможности для обмена знаниями и опытом и является влиятельной движущей силой интеллектуального развития и регионального сотрудничества.

Существует более 100 статей и множество тематических исследований МІСЕ-индустрии **Китая**. Наиболее часто встречаются описания стратегий и тенденций развития в рамках конкретного города, а не страны в целом (например, Пекин, Шанхай, Гуанчжоу, Нанкин, Ханчжоу, Чжэнчжоу, Сямынь и др.). Обобщив типичные модели развития МІСЕ-туризма как внутри страны, так и за рубежом, М. Лян и др. авторы статьи “Исследование моделей развития МІСЕ-туризма в Макао и пути его развития¹” предложили модель сотрудничества между провинцией Гуандун и Макао, получившая неофициальное название “государственная поддержка + индустрия азартных игр в туризме”. Соответственно, китайская экономика опирается на государственно-частное партнерство при организации и проведении МІСЕ-ивентов. Согласно тому же исследованию, большой акцент также делается на крупные ивенты (Олимпийские игры, мировые выставки - World Expos) и программы после подобных мероприятий. Помимо этого, одной из основных особенностей является разная стратегия развития индустрии для каждого отдельного города страны. Этот факт объясняется различным уровнем их социально-экономического и культурного развития. [4]

Среди основных факторов роста индустрии МІСЕ Китая следует выделить следующие 3:

1. Государственные инвестиции в развитие инфраструктуры для поддержки МІСЕ;

2. Содействие правительства развитию бизнеса за рубежом с помощью благоприятной политики;

3. Использование технологий на каждом этапе подготовки мероприятия.

Сдерживающими факторами для индустрии являются:

1. Высокий уровень коррупции в стране;

¹ Liang, M. Z., Zhong, J. F., Liao, Q. H. (2012) A study on the development models of Macau MICE tourism and its advance path. Tourism Science, 26(2): 77–84.

2. Нормативно-правовая база строго регулирует деятельность всех отраслей.

Рассмотрим основные технологические тренды MICE-отрасли Китая, т.к. они являются конкурентным преимуществом страны и основной движущей силой для отрасли.

1. Искусственный интеллект.

Внедрение искусственного интеллекта на встречах и мероприятиях приобрело большое значение в Китае. Автоматизация искусственного интеллекта в сочетании с другими технологиями, такими как AR¹ и VR², в значительной степени повышает вовлеченность посетителей.

2. Большие данные³.

Организаторы мероприятий начали структурировать посетителей, используя анализ и интерпретацию данных. В Китае растет использование больших данных в том числе для понимания демографии участников.

3. Рост использования мобильных приложений.

Мобильные приложения используются не только для определения маршрута посетителя на ивенте. Множество датчиков в современных смартфонах в сочетании с приложениями могут предоставлять информацию о посетителях, такую как симпатии, антипатии, среднее затраченное время.

4. Распознавание лиц и Чат-боты⁴.

Организаторы мероприятий начали использовать инструменты распознавания лиц и чат-боты для удобной регистрации и помощи участникам во время ивентов. Участники также могут планировать встречи, проходить опросы, заполнять анкеты с помощью чат-ботов. Это еще больше повышает вовлеченность участников в мероприятие. [6]

Будучи продуктом культурной экономики, MICE-индустрия поспособствовала появлению новых региональных организаций, в частности конгрессных бюро (Convention and Visitor Bureau – CVB). Данные структуры занимаются маркетингом и продвижением регионов на рынке делового туризма и ивентов. Маркетинг туристских дестинаций можно определить как управленческий процесс, в рамках которого органы управления дестинацией и бизнес определяют целевые группы

¹ Augmented reality (дополненная реальность) – технология наложения компьютерных слоев/ цифровых объектов на реальное пространство.

² Virtual reality (виртуальная реальность) – имитация мира, созданная с помощью технических устройств и программного обеспечения.

³ Big Data – совокупность непрерывно увеличивающихся объемов структурированных и неструктурированных данных, которые подлежат дальнейшей обработке с использованием разных методов и средств.

⁴ Чат-бот – программа, которая имитирует реальный разговор с пользователем.

туристов (текущих и потенциальных), устанавливают с ними коммуникацию с целью выяснить и повлиять на их желания, нужды, мотивацию, предпочтения, отношения, связанные с принятием решений о путешествии, а также формируют и адаптируют туристский продукт в соответствии с потребностями туристов и для достижения их максимального удовлетворения. [12]

Одно из первых бюро конференций было создано в **Соединенных Штатах** в Детройте в 1896 году. Это произошло в то время, когда национальные торговые и профессиональные ассоциации развивались и проявляли большой интерес к объединению своих членов на съездах и в местах проведения мероприятий по всей стране.

Увеличение числа бюро конференций в Соединенных Штатах привело к созданию Международной ассоциации бюро конференций (IACB) в 1914 году. Его основные цели заключались в содействии и обмене информацией о конвенционной индустрии между ее членами. Сейчас вся отрасль MICE в стране берет за основу направление развития, заданное Американским Бюро Конференций (American Convention and Visitors Bureau).

Ассоциация профессионального управления конференциями¹ была основана примерно 60 лет назад как Членская организация исключительно для организаторов медицинских мероприятий в США. С тех пор организация пережила огромный рост и в настоящее время насчитывает 6400 членов и более 50 000 клиентов в 39 странах. Организация постепенно позволила и другим научным, профессиональным и торговым сообществам стать членами. Сегодня в PCMA по-прежнему сконцентрированы крупнейшие группы руководителей медицинских собраний в мире. [3]

Помимо вклада профессиональных ассоциаций, на MICE-индустрию в США повлияли такие факторы, как рост числа транс-национальных корпораций, изменение подхода к маркетингу и маркетинговых коммуникаций, использование информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), повышение осведомленности об индустрии: профессиональное обучение менеджеров по специальности, развитие предметной специализации благодаря конференциям и специализированным объединениям.

Основными трендами в MICE-индустрии США являются персонализация, мероприятий с ориентацией на личный опыт. Для этого используются технологии Big Data и искусственный интеллект (AI) – технологии, которые анализируют конкретные потребности и собирают

¹ Professional Convention Management Association (PCMA).

большие объемы данных об участниках. Организаторы могут использовать собранную информацию в качестве руководства для изменения онлайн-мероприятий и предоставления более релевантных услуг участникам в будущем.

Более того, старые площадки, такие как конференц-залы и отели, могут не соответствовать потребностям большинства организаторов, которые теперь хотят проводить мероприятия в экзотических местах, таких как склады, парки, музеи и т.д. Таким образом, конференц-залы, отели и проч. должны создать свою новую и уникальную атмосферу, чтобы привлекать больше организаторов MICE-ивентов. [5]

По данным Международной ассоциации конгрессов и конференций, **Испания** является второй после США страной в мире по количеству организованных международных встреч. Страна имеет удобное транспортное сообщение и доступные объекты инфраструктуры. Страна была инициатором политики, связанной с доступной средой для людей с ограниченными возможностями, особенно в физической среде. Первым крупным законодательным актом стал Закон 13/1982 о социальной интеграции людей с ограниченными возможностями. Закон был опубликован всего через несколько лет после восстановления демократии в Испании в 1977 г. и утверждения Конституции Испании в 1978 г. Закон 13/1982 является общим законом, который предусматривает доступность социальных услуг и образования, а также доступность на рабочем месте и физическую доступность. Этот закон был направлен в первую очередь на социальную интеграцию людей с ограниченными возможностями, и это был значительный успех, особенно в области занятости, поскольку он обязывал частные компании и государственные органы принимать на работу определенный процент людей с инвалидностью. Это значительно повысило возможности трудоустройства людей с ограниченными возможностями, как подчеркивается в документе, посвященном 30-летию Закона 13/1982.

За последние 20 лет государственные органы также сосредоточили внимание на доступности ИКТ, разработав сначала национальные стандарты доступности вычислительной техники, а затем специализированное законодательство. Сейчас испанские практики доступности мероприятий приобретают популярность во всем мире. Помимо прочего, Испания располагает новейшим оборудованием в сегменте MICE. [11]

Пандемия вынудила компании переходить на новые форматы мероприятий, чтобы оживить сектор делового туризма. Помимо гибридных и виртуальных ивентов, также организуются мероприятия “на нескольких площадках”, а мероприятия на открытом воздухе или

смешанные мероприятия на открытом воздухе и в помещении становятся все более популярными. Среди крупных мероприятий, которые проводились в оффлайн режиме, был 59-ый ежегодный конгресс Международной ассоциации конгрессов и конференций, который проходил в Гаосюне (Тайвань) и также параллельно в семи других “центрах” по всему миру, включая Швейцарию и Люксембург в Европе. Это мероприятие включало виртуальные встречи и очные сессии.

Covid-19 ускорил тенденцию, которая наблюдалась в течение последних нескольких лет, способствуя более широкому использованию технологий при организации мероприятий, от процесса информирования и регистрации до осуществления аккредитации, платежей, доступа, распространения научных сообщений, использования 3D-систем, технологий для презентаций, а также инструментов участия и голосования. На данный момент гибридные события имеют важное значение, и они являются тенденцией, которая сохранится в будущем.

Одним из успешных примеров диджитализации MICE-мероприятий в Испании может служить конференц-центр FERIA de Valladolid (г. Вальядолид, Испания) с оборотом в 3,5 млн евро в 2019 г., где прошло около двадцати торговых ярмарок и почти 200 различных мероприятий. Важным событием стал Национальный конгресс адвокатуры, в котором приняли участие более 2500 человек. Этот центр проводит в основном гибридные мероприятия, чтобы способствовать участию международных организаций. Среди принятых мер выделяются такие, как установка систем контроля доступа для определения правильного ношения масок, измерения температуры, отслеживание каждого отдельного участника и дополнительные меры гигиены и дезинфекции. [7]

Современные тенденции развития индустрии встреч, а именно повышение инвестиционной привлекательности регионов, развитие делового туризма на принципах государственно-частного партнерства, влияние масштабных международных событий на развитие регионов, продвижение проектов MICE-индустрии при помощи социальных сетей, рост использования информационных технологий являются сегодня мощным катализатором внутреннего и внешнего делового общения и фактором инновационного регионального развития. [12] В условиях COVID-19 наблюдается рост мероприятий гибридного и онлайн-форматов с использованием различных онлайн-площадок, платформ, а также нестандартных мест проведения.

Среди рекомендаций следует выделить необходимость более активного внедрения ИТ-технологий, таких как 5G, искусственный интеллект,

блокчейн¹ в MICE-индустрии для повышения ее привлекательности и эффективности коммуникаций на фоне пандемии Covid.

Кроме того, следует учитывать тесную связь MICE-ивентов с такими аспектами, как прогнозирование прибыли, маркетинговое продвижение, управление персоналом, управление оценкой рисков и антикризисное управление деятельностью MICE. Механизм управления и функционирования должен основываться на практическом применении в реальных рыночных условиях, внедрении инноваций и активном вовлечении в индустрию малых и средних городов с упором на местные особенности.

Библиографические ссылки

1. ICCA releases the public abstract of the 2019 Statistics Report [Электронный ресурс] / International Congress and Convention Association. URL: <https://www.iccaworld.org/newsarchives/archivedetails.cfm?id=3189909> (дата обращения: 04.12.2021).
2. In 2020, Asian economies will become larger than the rest of the world combined – here's how [Электронный ресурс] / World Economic Forum. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2019/07/the-dawn-of-the-asian-century/> (дата обращения: 05.12.2021).
3. Global Report on the Meetings Industry: AM Reports. Madrid, Spain, March 2014. Vol. 7. 64 p.
4. Jin Xu Analysis of The MICE Tourism Research in China in the Last Twenty Years / Jin Xu, Lisa Ruhanen, David J. Solnet // IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science, 2020 International Conference on Urban Construction and Management Engineering, IOP Publishing. 2020. № 608 (012022). С. 61–64.
5. Let's Travel the World! Update on MICE Trend After the COVID-19 Crisis [Электронный ресурс] / TCEB. URL: <https://www.beroeinc.com/category-intelligence/mice-industry-china-market/> (дата обращения: 10.01.2021).
6. MICE Industry in China [Электронный ресурс] / Beroe. URL: <https://www.buyssevents-thailand.com/en/press-media/news-press-release/detail/1337-let-s-travel-the-world-update-on-mice-trend-after-the-covid-19-crisis> (дата обращения: 06.01.2021).
7. Special MICE & Business 2021. Palma de Mallorca, Balears, 2021. Vol. 1. 29 p.
8. Spain. The Spanish economy in the 21st century [Электронный ресурс] / BBVA. URL: <https://www.bbva-research.com/en/publicaciones/spain-the-spanish-economy-in-the-21st-century/> (дата обращения: 04.12.2021).
9. Statistics Report 2005. International Association Meetings Market [Электронный ресурс] / International Congress and Convention Association. URL: https://www.legislationline.org/download/id/8113/file/Belarus_law_normative_acts_2000_am2009_ru.pdf (дата обращения: 04.12.2021).

¹ Блокчейн – децентрализованная база данных, которая одновременно хранится на множестве компьютеров, которая упрощает процесс записи транзакций и учета активов в бизнес-сети.

10. The Asian century is set to begin [Электронный ресурс] / Financial Times. URL: <https://www.ft.com/content/520cb6f6-2958-11e9-a5ab-ff8ef2b976c7> (дата обращения: 05.12.2021).

11. Understanding hci policy in spain in the context of accessibility [Электронный ресурс] / Interactions. URL: <https://interactions.acm.org/archive/view/september-october-2012/understanding-hci-policy-in-spain-in-the-context-of-accessibility> (дата обращения: 03.12.2021).

12. Морозова, Н. Н. К вопросу МICE-индустрии в структуре регионального рынка туристических услуг / Н. Н. Морозова // Журн. Туристско-рекреационные зоны. – 2012. – № 18 (249). – С. 61-64.