

СОВРЕМЕННЫЕ ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ MICE-ИНДУСТРИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Е. В. Болотникова

Белорусский государственный университет, г. Минск;

lena.bolotnikova@gmail.com

науч. рук. – Д. Г. Решетников, канд. геогр. наук, доц.

Статья посвящена анализу особенностей развития MICE-индустрии в Республике Беларусь. Актуальность темы исследования обусловлена постоянным расширением деловых связей и контактов в современном мире, что приводит к высокой потребности в организации и проведении различного рода деловых мероприятий. В работе раскрыто понятие MICE-мероприятий, рассмотрена принадлежность индустрии MICE к сфере делового туризма и ивент-индустрии, дана характеристика развития данной сферы деятельности на мировой арене. Автором статьи изучены ключевые сдерживающие факторы активного развития MICE-индустрии в Республике Беларусь. На основании проведенного анализа обозначены перспективы развития индустрии деловых мероприятий и даны рекомендации по совершенствованию деятельности MICE-организаций и других заинтересованных участников данного рынка.

Ключевые слова: MICE-индустрия; деловой туризм; индустрия туризма; ивент-индустрия.

В современном мире деловой туризм представляет собой один из наиболее динамично развивающихся видов туризма, который активно формировался и упрочивал свои позиции на протяжении последних десятилетий. Данное направление вносит весомый вклад в деятельность индустрии туризма и в значительной степени влияет на экономическое развитие страны.

В то же время, еще одна сфера деятельности – ивент-индустрия – в настоящее время занимает высокие позиции на рынке услуг и имеет значительный потенциал для дальнейшего роста и развития. С возрастанием уровня доходов людей и постоянным появлением новых технологий и возможностей организации и проведения мероприятий различного формата и масштаба, стремительно растут и темпы развития, а также глобальный охват индустрии ивентов во многих странах мира. Согласно данным на начало 2019 года (до периода активного распространения пандемии COVID-19), в мире в год проводилось около 40 миллионов различных ивентов, а оборот индустрии составлял более 885 млрд. долларов США [1].

На стыке этих двух перспективных сфер находится MICE-индустрия, поскольку она включает в себя виды деятельности, имеющие непосредственную связь как с ивентами, так и с деловым туризмом. Аббревиатура MICE расшифровывается с английского языка как Meetings (встречи),

Incentives (поощрительные или инсентив-поездки), Conferences (конференции) и Exhibitions (выставки). Данная индустрия охватывает весь комплекс работ по организации и проведению бизнес-мероприятий, как связанных со сферой туризма, т.е. предполагающих различного рода поездки, так и тех событий, которые полностью относятся к ивент-индустрии и не требуют включения туристского компонента.

В современной практике организации деятельности в сфере MICE многие страны выбирают определенные целевые ниши для концентрации усилий и средств на проведении различных деловых мероприятий, а также для более четкого позиционирования на мировом рынке услуг. Во многих развитых странах мира MICE-индустрия представляет собой отрасль экономики, которая играет большую социальную роль, имеет высокие бюджеты, оказывает серьезное влияние на имидж страны, а также привлекает дополнительные туристские потоки. К примеру, в Сербии на один доллар, потраченный на организацию MICE-мероприятий, приходится 86 долларов прибыли [2].

Несмотря на возрастание интереса и значительный подъем активности в MICE-индустрии, в Республике Беларусь еще не произошло стремительного скачка в развитии данной отрасли, как это случилось во многих европейских дестинациях. Данная ситуация может быть обусловлена рядом причин. Во-первых, Беларусь еще не сумела определить четкие целевые направления в индустрии MICE, которые могли бы впоследствии стать «визитной карточкой» страны в области деловых мероприятий (например, конгрессно-выставочное направление).

Во-вторых, в Беларуси отсутствует единая управляющая структура (либо авторитетное общественное объединение), которая занималась бы регулированием, продвижением и консолидацией белорусской индустрии MICE. Тем не менее, на данный момент в Беларуси существует большое количество самостоятельно действующих крупных организаций, предлагающих услуги по организации и сопровождению MICE-мероприятий. Например, компания GoBel является MICE-оператором полного цикла (Destination Management Company) и оказывает весь комплекс конференц-услуг, организует деловые встречи и семинары, отдых для корпоративных клиентов и т.д. Еще одним крупным игроком на рынке MICE в Беларуси является компания Travel Connections, которая специализируется на организации MICE-мероприятий для туристской индустрии с помощью активного сотрудничества с отелями, DMC (Destination Management Companies) и туристскими офисами в Беларуси и за рубежом. Агентство маркетинговых коммуникаций «АРТ-МИКС групп» является одним из лидеров белорусского рынка MICE, специализирующимся на

комплексных корпоративных ивентах, направленных на обучение и сплочение персонала. Агентство занимается организацией MICE-мероприятий, предлагая культурный отдых, совмещенный с корпоративным обучением, построением команды и другими бизнес-целями [3].

Также в Беларуси функционирует проект «MICE in MINSK», созданный Центром стратегического развития «Маркетинговые системы». Проект является альянсом компаний по реализации функций конгресс-бюро и объединяет DMC (Destination Management Companies), PCO (*англ.* Professional Conference Organizers – «профессиональные организаторы конференций»), ивент-агентства, гостиницы, конференц-площадки, транспортные компании, рестораны, зарубежных партнеров и других лиц, заинтересованных по продвижению г. Минска как MICE-дестинации [4].

Важным негативным аспектом, влияющим на условия и темпы развития индустрии MICE в Республике Беларусь, является отсутствие современного конгресс-центра, который позволял бы принимать в Беларуси крупные события со сложной внутренней структурой, например, большим количеством секций, либо размещать несколько крупных мероприятий на одной площадке одновременно. Действующие в г. Минске объекты в настоящий момент не позволяют Республике Беларусь выступать в качестве игрока на рынке MICE-мероприятий, рассчитанных на несколько тысяч участников.

Если рассматривать проблемы деятельности MICE-индустрии в контексте нормативно-правовой базы, в первую очередь, следует отметить отсутствие возможности заранее проводить рекламную кампанию, тем самым привлекая широкую аудиторию, и публично заявлять о мероприятии задолго до его проведения, так как согласно новой редакции статьи 8 Закона «О массовых мероприятиях в Республике Беларусь», до получения организаторами мероприятия разрешения соответствующих государственных органов на его проведение запрещается объявлять в средствах массовой информации, сети Интернет или других информационных каналах любые данные о предстоящем событии, в том числе, в рекламных целях [5].

Среди прочих значимых причин замедленного развития индустрии MICE в Республике Беларусь можно назвать высокие цены на авиаперевозки, недостаточную рекламно-информационную поддержку на зарубежных рынках, сохраняющиеся визовые барьеры, недостаточно емкий внутренний рынок MICE, а также, последствия пандемии COVID-19, которая кардинально трансформировала деятельность по организации и проведению MICE-мероприятий.

В целом, многие эксперты в области MICE отмечают, что Беларусь имеет большой потенциал в сфере развития данной индустрии [2]. Перспективными вариантами повышения имиджа и узнаваемости страны могут выступать, в первую очередь, продвижение Минска как площадки для MICE, а также укрепление сотрудничества MICE-организаций. Данное направление действий уже получает активное развитие, например, компания BTS Group создала мультязычную платформу (сайт minsktime.by), которая позволяет участникам рынка размещать свою информацию с подробным описанием планируемых мероприятий, а также другие необходимые потребителю услуг сведения о деятельности MICE в Беларуси [6].

Библиографические ссылки:

1. Как привлечь в Минск корпоративных туристов [Электронный ресурс] // «Экономическая Газета». – Режим доступа: <https://neg.by/novosti/otkrytj/kak-privlech-v-minsk-korporativnyh-turistov?highlight=mice>. – Дата доступа: 18.04.2021.
2. Почему Минск не стал пока популярным центром MICE-туризма [Электронный ресурс] // Портал Planetabelarus.by. – Режим доступа: <https://planetabelarus.by/publications/pochemu-minsk-ne-stal-poika-populyarnym-tsentr-mice-turizma/>. – Дата доступа: 18.04.2021.
3. MICE-мероприятия [Электронный ресурс] // Агентство маркетинговых коммуникаций «АРТ-МИКС групп». – Режим доступа: <https://artmix.by/uslugi/event/mice/>. – Дата доступа: 17.04.2021.
4. Проект «MICE in Minsk» [Электронный ресурс] // Центр стратегического развития «Маркетинговые системы». – Режим доступа: <http://miceinminsk.com/ru/o-proekte/>. – Дата доступа: 19.04.2021.
5. Комментарий к решениям Конституционного Суда о конституционности изменений в Закон «О массовых мероприятиях в Республике Беларусь» [Электронный ресурс] // Национальный центр правовой информации Республики Беларусь. – Режим доступа: <https://pravo.by/novosti/obshchestvenno-politicheskie-i-v-oblasti-prava/2020/july/52884/>. – Дата доступа: 20.04.2021.
6. MinskTime Events [Электронный ресурс] // BTS Group. – Режим доступа: <https://minsktime.com/events.html>. – Дата доступа: 19.04.2021.