

Панина Елена Евгеньевна,

*канд. пед. наук, доцент, доцент кафедры менеджмента и маркетинга,
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»,
г. Владимир, Россия*

ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ MICE-ТУРИЗМА В РОССИИ

В статье рассмотрена возможность развития в России такого направления делового туризма, как MICE-туризм, и перспективы его продвижения на предприятиях туристской индустрии.

Ключевые слова: туризм, деловой туризм, MICE-туризм, конференц-пакет, индустрия туризма, event-агентства.

Elena E. Panina,

*PhD, the assistant professor of the department of management and marketing,
Vladimir State University named after Alyaksandr and Nikolai Stoletov,
Vladimir, Russia*

OPPORTUNITIES FOR MICE-TOURISM DEVELOPMENT IN RUSSIA

The article considers the possibility of development in Russia of such directions of business tourism as the MICE tourism and its promotion prospects at enterprises of the tourism industry.

Keywords: tourism, business tourism, MICE tourism, conference bag, the tourism industry, event agency.

Туризм в XXI веке – социально-политическое явление, оказывающее существенное влияние на мировой рынок услуг, экономику регионов и отдельных стран. В последнее время, согласно данным Ростуризма, туристские потоки увеличились в 4 раза, а валютные поступления от него – в 25 раз, на сектор туризма приходится 6% мирового валового национального продукта, 7% мировых инвестиций, каждое шестнадцатое рабочее место и 12% мировых потребительских ресурсов.

Как показывает практика, развитие российского туризма тесно связано с международным туризмом, сталкиваясь с необходимостью внедрения гибкой

системы управления своей деятельностью, максимально адаптированной к изменениям конкурентной среды рынка.

Деловая индустрия туризма – весьма обширное понятие, содержащее в себе и деловые путешествия, которые связаны с необходимостью новых контактов, ведением переговоров и заключением соглашений, выходом на новые рынки, и турпоездки с целью мотивации работников компаний и учреждений. В области делового туризма Российская Федерация пока занимает только 42-е место, однако, согласно прогнозам специалистов, увеличение размеров данного раздела услуг возможно на 4-7% в год.

В силу особенностей нашего делового общества, отдых зачастую сочетается с работой, по этой причине формирование такого туристского направления, как МІСЕ-туризм, набирает всё большую значимость. Организацией МІСЕ-туризма занимаются в основном туроператорские компании, хотя в последнее время гостиничные предприятия, являясь непосредственными поставщиками туруслуг, тоже обратили внимание на данное направление.

Данный вид деятельности содержит большие плюсы для развития туристских компаний и гостиничных предприятий. Первый: у МІСЕ-туризма нет сезонности, вследствие чего отели, обслуживающие подобных посетителей, переполнены в любое время года. Второй: заказчики деловых туров платят примерно в три-четыре раза больше, чем туристы по другим направлениям, так как качество предоставляемых услуг (и самое главное – скорость) для них является очень важным моментом.

Несмотря на перспективность развития такого направления, как МІСЕ-туризм, многие гостиничные предприятия, имея необходимые ресурсы для его организации, не используют эту возможность для развития своего предприятия и получения дополнительных доходов. С одной стороны, кризис последних лет существенно снизил прибыль гостиничных предприятий, с другой стороны – большинство гостиниц старается продержаться на плаву, не используя новые возможности, а вместе с тем и новые перспективы развития.

Деловой туризм – область индустрии туризма, обеспечивающая организацию и управление бизнес-поездками сотрудников различных компаний в деловых интересах организации и, как следствие, инициатива осуществления и выбора места реализации служебных целей в той или иной форме, также как и финансирование этой деятельности, осуществляется организацией.

Существует два направления в деловом туризме: корпоративная индустрия и индустрия встреч MICE-туризм. В деловые путешествия в силу специфики своей работы отправляются представители самых разных профессий. К основным целям совершения бизнес-поездки относятся:

- проведение встреч и переговоров с партнерами;
- установление и налаживание деловых контактов, привлечение новых клиентов, инвесторов, поставщиков;
- посещение профессиональных мероприятий (конгрессов, конференций, выставок, семинаров);
- проведение встреч и совещаний с коллегами или руководством, представителями филиалов и дочерних структур;
- обучение, участие в тренингах и программах и др.

Аббревиатуру MICE образуют начальные буквы четырех английских слов, которые при расшифровке показывают направления организации данных туров:

- Meetings (встречи) – переговоры с партнерами, совещания, тренинги и семинары и другие варианты бизнес-встреч;
- Incentives (поощрения) – поощрительные туры, которые призваны выразить благодарность клиентам, сотрудникам и партнерам;
- Conferences (конференции) – организация семинаров, конференций, поездок на выставки;
- Events (выставки, события) – организация выездных корпоративных праздников и туров.

MICE-индустрия включает широкий спектр различных видов деятельности: от распространения и продвижения информации, разработки развлекательной программы или содержания до технического обеспечения встречи.

В России индустрия MICE-туризма сформировалась относительно недавно и сейчас очень стремительно развивается. Организацией MICE-туризма занимаются туристские компании, работающие в сегменте MICE или сами отели, продвигающие свои услуги через собственные сайты и системы электронных продаж.

MICE-туризм – это новая возможность для бизнеса, благодаря оперативной и качественной организации любого мероприятия.

Гостиничному предприятию, планирующему заниматься данным направлением, необходимо иметь в своей структуре event-отдел, который будет заниматься организацией MICE-мероприятий. Задача event-отдела – обеспечить возрастающую потребность бизнес-сообщества в профессиональном выполнении MICE-услуг.

Meetings (встречи)	Incentives (поощрения)	Conferences (конференции)	Events (выставки, события)
переговоры с партнерами, совещания, тренинги и семинары для дилеров, и другие варианты бизнес-встреч. Правильная организация во многом формирует имидж компании.	поощрительные туры, которые призваны выразить благодарность клиентам, сотрудникам и партнерам. Отлично мотивируют коллектив, укрепляют корпоративные ценности и положительно сказываются на работе.	организация семинаров, конференций, поездок на выставки, для которых важен эффективный результат.	организация выездных корпоративных праздников и туров.

Рисунок 1 – Структура MICE-туризма

Гостиничное предприятие может предоставлять пакеты услуг корпоративных мероприятий, в состав которых могут войти:

- бронирование авиа и ж/д билетов;

- бронирование номеров;
- аренда автомобилей;
- визовая поддержка;
- оформление медицинских страховок;
- трансферы;
- экскурсионное обслуживание;
- переводчики.

Чтобы сделать пакет услуг конкурентоспособным, некоторые услуги в него включаются бесплатно, в качестве бонуса. В результате стоимость пакета несколько ниже, чем стоимость этих услуг отдельно. Практикуется продажа конференц-услуг с возможностью их корректировки в соответствии с индивидуальными требованиями заказчика.

В рамках организации MICE-мероприятий можно сотрудничать и с event-агентствами. Такие компании предлагают следующие услуги в сфере MICE-туризма:

- тщательно продуманную логистику и деловую программу;
- экспресс- и VIP-обслуживание;
- транспортное обслуживание гостей (можно выбрать автомобили и автобусы любого уровня комфортности);
- аренду помещений для переговоров (конференц-залы, переговорные, апартаменты);
- оборудование для презентаций и конференций организацию кофе-брейков и деловых обедов в ресторанах;
- услуги гидов и переводчиков;
- билеты на культурные, зрелищные, спортивные мероприятия;
- организационную поддержку семинаров, тренингов, конференций;
- организацию банкетов и гала-ужинов.

Увеличить лояльность клиентов-заказчиков мероприятий может помочь программа «EventsatCorinthia», позволяющая оперативно решать все вопросы.

Например, представитель заказчика площадки обеспечивается мобильным телефоном с запрограммированными номерами телефонов менеджеров и других сотрудников (администраторов, горничных). Таким образом, он может связаться с любым сотрудником нажатием всего одной кнопки.

В условиях жесткой конкуренции, экономического кризиса и большого количества предложений на рынке туристских услуг, MICE-туризм может быть одной из главных статей доходности предприятия туристической индустрии, позволит ему расширить свои возможности, быть успешным, эффективным и конкурентоспособным.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1. Урядова А.В. Специальные виды туризма: учеб. пособие / Д.А. Савин, А.В. Урядова. – Ярославль: ЯрГУ, 2013. – 128 с.*
- 2. Филиппова И.Г. География туризма / И.Г. Филиппова, В.Л. Погодина, Е.А. Лукьянов. – Москва: Бизнес-пресса, 2014. – 266 с.*
- 3. Итоговая конференция, посвященная вопросам MICE-индустрии / АБТ-АСТЕ Russia [Электронный источник]. – URL: <http://www.businessstravelrussia.ru/news/>.*