DOI: 10.17117/na.2016.11.01.237

Поступила (Received): 28.11.2016

<http://ucom.ru/doc/na.2016.11.01.237.pdf>**Митракова А.И.****MICE – как приоритетное направление в сфере туризма****Mitrakova A.I.****MICE as a priority trend in the tourism industry**

Статья посвящена актуальной на сегодняшний день MICE индустрии, как одному из приоритетных направлений мировой экономики развитых стран в сфере туристического бизнеса. Исследуются специфические черты MICE. Рассматривается зарубежный и отечественный опыт MICE

Ключевые слова: MICE, туризм, мероприятия, поездки, деловой туризм

The article is devoted to the MICE industry, as one of the priorities trend of the global economy of the developed countries in the industry of tourist business. Investigated the specific features of MICE. Considered the foreign and native experience of MICE

Key words: MICE, tourism, events, travel, business tourism

Митракова Анастасия Ивановна

Студент

Балтийский федеральный университет им. И. Канта

г. Калининград, ул. А. Невского, 14

Mitrakova Anastasiya Ivanovna

Student

Baltic federal university named I. Kant
Kaliningrad, A. Nevsky st., 14

В настоящее время туризм является стремительно развивающейся и высококорентабельной отраслью мировой экономики. MICE – одно из приоритетных направлений деятельности в развитых странах. За последнее десятилетие индустрия деловых встреч и связанных с ними поездок выросла в самостоятельную сферу бизнеса. Ежегодно увеличивается спрос на проведение конференций, выставок и семинаров.

MICE индустрия – это одно из направлений туристской индустрии, которое подразумевает деятельность по организации и проведению бизнес встреч и мероприятий делового характера. Термин MICE возник как аббревиатура от английских слов [1]:

1. Meetings – встречи или организация деловых встреч и выездных мероприятий.

2. Incentives – это слово подразумевает поощрительные программы поездок для стимулирования сотрудников или партнеров организации.

3. Conferences – комплекс услуг по организации тематических корпоративных конференций.

4. Events – участие в международных, региональных или муниципальных корпоративных мероприятиях.

Данный акроним [3] широко применяется в международной и отечественной практике делового туризма.

Специфические черты MICE [4]:

1) Большой доход. В связи с тем, что MICE-турист требует к себе более высокий уровень качества и сервиса обслуживания, чем обычный турист, соответственно для его размещения потребуется более дорогая отель и ресторан.

2) Не сезонность, как главное преимущество перед всеми направлениями в туризме. Это помогает повышать загрузку отеля вне зависимости от сезона.

3) Регулярное проведение мероприятий приносит стабильную прибыль. Это связано с тем, что масштабные мероприятия планируются и разрабатываются как минимум за год.

4) Масштабность мероприятий приносит высокую прибыль гостиничному хозяйству, например, участники международного форума могут занять в отеле более 600 номеров.

5) Стандартизация услуг – в виду масштабов проведения, похожие мероприятия проводятся по единому сценарию.

6) Необходимость подписания договоров в разных сферах, начиная от диджейских агентств, заканчивая рекламными.

Ежегодно происходит более 100 млн. деловых поездок в мире. Лидерами на рынке делового туризма являются европейские страны. Они организуют более 51% всех MICE-мероприятий. Международная ассоциация конгрессов и конференций (ICCA) на протяжении нескольких лет признает Германию одной из лучших дестинаций MICE- туризма в Европе [6]. Германия формирует основной выездной поток MICE- туристов среди европейских стран: около 5 млн. корпоративных поездок, из них совершается в пределах страны – 76 % и около 21 % за границу. Туристы и местные жители, во время проведения ярмарок, вносят в бюджет страны около 10 млрд. евро.оборот в области делового туризма превышает 809 млн. евро [2].

В мире крупные MICE – мероприятия организуют около 7 тыс. компаний, и лишь 1 % мероприятий относятся к российскому рынку делового туризма. По данным Российской организации бизнес – туризма 56,5 % российских компаний обращаются в MICE-агентства [12].

На рынке MICE-туризма в России складываются следующие тенденции [5]:

1) Поиск новых стратегических бизнес решений, привлечение иностранных инвесторов, в связи с нестабильной экономической ситуацией.

2) Популяризация внутреннего делового туризма. Развитие туризма в таких регионах как: Приволжский федеральный округ, Забайкалье, Дальний Восток, Карелия, Краснодарский край и Крымский полуостров. Привлечение крупных компаний для проведения профессиональных деловых конференций в такие города: Москва, Санкт-Петербург, Новосибирск, Казань и Калининград. Специалисты отмечают повышение уровня деловых мероприятий на российских направлениях;

3) Внедрение новейших форматов деловых мероприятий: квестов, бизнес-завтраков, антиконференций. За счет увеличения числа форматов проведения мероприятия, повышается возможность таргетирования и кастомизации групп, при минимальных затратах.

4) Повышение требований к организаторам MICE – мероприятий.

5) Популяризация edutainment программ, которые представляют собой комбинацию отдыха и образовательных лекций.

Не смотря на то, что индустрия делового туризма в России только начинает активно развиваться. MICE- индустрия способна стать фактором для развития туристического бизнеса и гостиничного хозяйства в современных сложных политических и экономических условиях на территории Российской Федерации.

Список используемых источников:

1. MICE // EVENTEXPRO. URL: <http://eventexpo.by/mice/>
2. RBT and MA -2016 // Russian Business Travel and Mice Award. URL: <http://www.mice-award.ru/ru/about-the-award/archive/8486355X96E295ED#main>
3. Акроним // АКАДЕМИК. URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/13130>
4. Доронин. А. Рынок делового туризма в цифрах и фактах // Туризм: проблемы, перспективы, практика. 2015. № 7. С. 29.
5. Образовательная сессия «Итоги 2016 года» // ACTE Russia. URL: <http://www.businesstravelrussia.ru/activities/obrazovatel'naya-sessiya-itogi-2016-goda>
6. Рейтинг ИССА конгрессных дестинаций в 2015 году. URL: <http://topotaх.ru/рейтинг-исса-конгрессных-дестинаций-в-2015-го/>

© 2016, Митракова А.И.

MICE – как приоритетное направление в сфере туризма

© 2016, Mitrakova A.I.

MISE as a priority trend in the tourism industry