

УДК 338.48

FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL MICE TOURISM

Особливості розвитку міжнародного MICE-туризму

Bakalo N.V. / Бакало Н.В.

s.t.s., as.prof. / к.е.н., доц.

ORCID: 0000-0002-3260-412X

National University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic»

Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Makhovka V.M./ Маховка В.М.

s.e.s. / к.е.н.

ORCID: 0000-0001-7985-7792

National University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic»

Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Abstract. *В статті розглядається сутність та особливості MICE-туризму, який включає meetings – переговори, корпоративні зустрічі; incentives – заохочувальні тури або мотиваційні програми для співробітників; conferences – конференції, форуми, семінари, зїзди; events – події, виставки та інші заходи (фестивалі, концерти, благодійні події тощо). Встановлено, що міжнародний досвід розвитку MICE-туризму базується на формуванні конференц-бюро, що є важливим кроком до маркетингу та брендингу напряму, який відрізняється від маркетингу відпочинку та свят. Світовий досвід розвитку та практики організації MICE-туризму показує, що суб'єктами ринку цього виду туризму є спеціалізовані MICE- та івент-агентства, конгрес-бюро, виставкові центри та різні майданчики для проведення корпоративних заходів. В міру розвитку економічного середовища необхідність розвитку ділового туризму обумовлена потребою вдосконалення процесу формування продуктів MICE-туризму і розширення даної сфери, зокрема, такого підвиду MICE як інсентив-подорожі – один із способів нематеріального стимулювання та заохочення співробітників.*

Key words: *туризм, діловий туризм, інтенсив-туризм, MICE-туризм, виставки, заходи*

Вступ. Сфера туризму є одним з перспективних видів господарської діяльності та важливим джерелом збільшення доходів державного бюджету на всіх рівнях. Туризм доцільно розглядати як певний комплекс, який дозволяє забезпечити всі можливості для ознайомлення з історією, культурою, звичаями, пам'ятками архітектури й археології, релігією певної країни та її народу, при цьому дозволяє забезпечити дохід держави. Сучасний туризм значною мірою відрізняється різноманітністю видів та форм. Щороку міцніють ділові, культурні та наукові взаємозв'язки, чому сприяє саме діловий або конгресовий туризм. Розвиток національної економіки держави, її оптимальна інтеграція в світовий ринок товарів та послуг неможлива без розвитку MICE-туризму. Комунікацій, що виникають в сфері бізнесу, обмін технологіями, інформацією та досвідом,

пошуки нових ринків, нових ділових партнерів та інвесторів, спільних проектів, просування компаній через PR-акції, навчання персоналу й впровадження ефективної корпоративної культури відноситься для сфери ділового туризму, який варто вважати одним з ресурсів інтеграції та розвитку компаній через участь в виставках, конференціях, форумах, бізнесу-освіту.

Основний текст. Сьогодні набуло популярності використання терміну-аббревіатури MICE, яка максимально точно відображає структуру цього виду туризму. Термін MICE-туризму з'явився в науковій літературі в результаті глобалізації світової економіки в 70-80-х роках ХХ століття. Зауважимо, що діловий туризм – це не сучасний феномен, оскільки стародавні люди ще в древні часи подорожували з метою пов'язаною з їх видами діяльності, наприклад торговці й купці. Поняття MICE походить від чотирьох англійських слів: meetings – переговори, корпоративні зустрічі; incentives – заохочувальні тури або мотиваційні програми для співробітників; conferences – конференції, форуми, семінари, зїзди; events – події, виставки та інші заходи (фестивалі, концерти, благодійні події тощо) [2].

В останні роки як альтернативи MICE набирають популярність терміни «індустрія зустрічей» та «індустрія заходів». Це становить більшу частину глобальних ділових поїздок, оскільки у кожній галузі регулярно проводяться будь-які заходи. Основна мета тут завжди полягає в тому, щоб поєднати професіоналів, налагодити зв'язки, просувати нові ідеї та стимулювати зростання. Традиційно MICE охоплює переважно ділові заходи. Дозвіллієві заходи, такі як концерти чи фестивалі, відносяться до іншої категорії. Тим не менш, багато організаторів тепер додають елементи дозвілля до більших заходів, щоб краще захопити відвідувачів і створити враження, що запам'ятовуються.

Проведені дослідження свідчать, що розвиток та практика організації MICE-туризм в світі показує, що суб'єктами ринку ділового туризму є спеціалізовані MICE- та івент-агентства, конгрес-бюро, виставкові центри та різні майданчики для проведення корпоративних заходів. Вони діють у державній та приватній формі [3].

Для організації та обслуговування корпоративних поїздок та численних заходів у сфері МІСЕ-туризму необхідним є створення спеціальної інфраструктури. Вона включає наявні приміщення для проведення виставкових та конгресних заходів, спеціалізовані бізнес-готелі, бізнес-авіацію, міжнародні платіжні системи, сучасні інформаційні та інтерактивні технології, високу якість обслуговування, розвинену транспортну логістику, наявність історико-культурних пам'яток, природних ресурсів, прямих рейсів та конвеншн-бюро. Це дозволяє створити комфортні умови для бізнесменів та інших учасників МІСЕ-турів, що обладнані всім необхідним для продуктивної роботи та повноцінного відпочинку. Це і комфортні номери, і обладнані всім необхідним конференц-зали. Одна з головних вимог до ділових готелів – вони мають бути зручними розташовані (у центрі міста).

Для якісної організації ділового та МІСЕ-туризму формуються конвеншн бюро (Convention Bureau), які є некомерційними або комерційними спеціалізованими маркетинговими компаніями, які просуватимуть певні міста або туристичні регіони на міжнародній арені як майданчики для проведення міжнародних конгресів, конференцій та ділових зустрічей. Серед завдань конвеншн-бюро – координація участі у тендерах, організація надання послуг, а також надання професійного майданчика для проведення заходів [2].

Усі установи, які спеціалізуються на організації та проведенні МІСЕ-туризму розповсюджують інформацію про МІСЕ-заходи через веб-сайти, соціальні мережі, відео-/телеконференції, а також івент-мобільні програми. З одного боку, це дозволяє збалансувати МІСЕ-витрати та гарантувати участь у заходах зайнятих топ-менеджерів. Великі корпорації тепер розробляють та впроваджують власні івент-додатки, щоб підтримувати зв'язок з акціонерами та спонсорами. З іншого боку, це допомагає підвищити рівень поінформованості про захід та отримати зворотний зв'язок, коментарі та відгуки за підсумками його проведення.

Зазначимо, що МІСЕ-туризм – це багатогранна галузь, в якій бере участь низка зацікавлених сторін, зокрема (рис. 2):

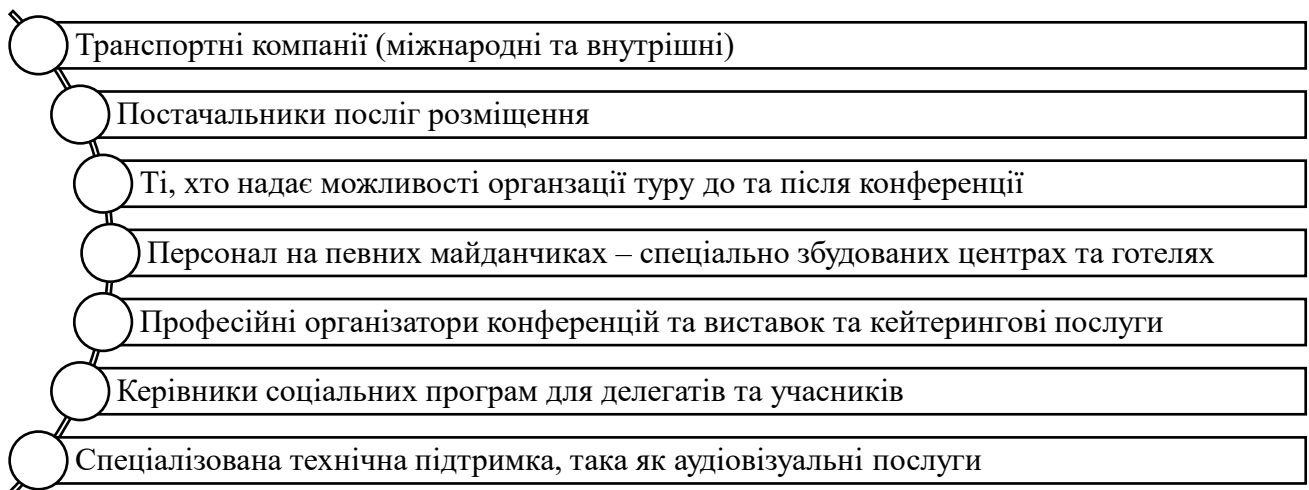


Рис. 2. Основні зацікавлені сторони, які залучаються до організації послуг з МІСЕ-туризм (узагальнено автором на основі [4])

Різноманітність зацікавлених сторін, залучених до МІСЕ-туризму, вказує на потенційно широкий спектр економічних наслідків МІСЕ-туризму. У ньому також міститься обґрунтування підтримки з боку державних органів у багатьох країнах. У ньому також вказується масштаб проблем, які необхідно вирішити при координації діяльності різних зацікавлених сторін, щоб забезпечити стабільність та ефективне управління індустрією МІСЕ-туризму [4].

Впровадження індивідуальних послуг МІСЕ у готельну інфраструктуру – це спосіб забезпечити додаткове довгострокове цінне зростання. Так, наприклад, 85% зустрічей у США проводяться у місцях із проживанням, що становить понад 275 мільйонів ночей на рік. Витрати МІСЕ-мандрівників набагато вищі, ніж у туристів, а вигідні клієнти приходять зі світу інформаційних технологій, банківської справи, фармацевтики, роздрібної торгівлі та готельного бізнесу. Отже, зустрічі в закладах готельного господарства та корпоративні заходи – це ефективний спосіб збільшити дохід та забезпечити додаткові бронювання [5].

МІСЕ-туризм відноситься до ділових поїздок з метою проведення зустрічей, інсентив-турів, конференцій та виставок. Вказані заходи організуються задля досягнення широкого кола ділових, академічних, професійних чи культурних цілей. Ринок туристичних послуг МІСЕ здійснює найбільший внесок у індустрію туризму. У глобальному масштабі його вартість становила 805 мільярдів доларів

у 2017 році, 916 мільярдів доларів у 2019 році і, за прогнозами, досягне 1 439 мільярдів доларів у 2025 році та 1 780 мільярдів доларів у 2030 році. Таким чином, світовий ринок демонструє безперервне зростання – з падінням у 2020 році через пандемію COVID-19 [1].

На рис. 3. представлено основні чинники, що сприяють розвитку МІСЕ-туризм



Рис. 3. Чинники, що сприяють розвитку МІСЕ-туризм (узагальнено автором на основі [3])

Частка європейських країн є досить стабільною. Великобританія та Німеччина вже багато років є найбільшими вихідними ринками для МІСЕ та ділових поїздок у Європі. Список очолює ринок Великобританії з 4,5 млн вихідних МІСЕ-поїздок на рік, за яким слідує ринок Німеччини з 3,3 млн МІСЕ-поїздок на рік. За цими двома лідерами слідує Франція з 1,6 млн МІСЕ-поїздок. Швейцарія (країна, що не входить до ЄС), Іспанія та Італія займають нижчі позиції з аналогічною часткою в 1,1 млн, 1,1 млн та 1,0 млн виїзних МІСЕ-поїздок відповідно (рис. 4).

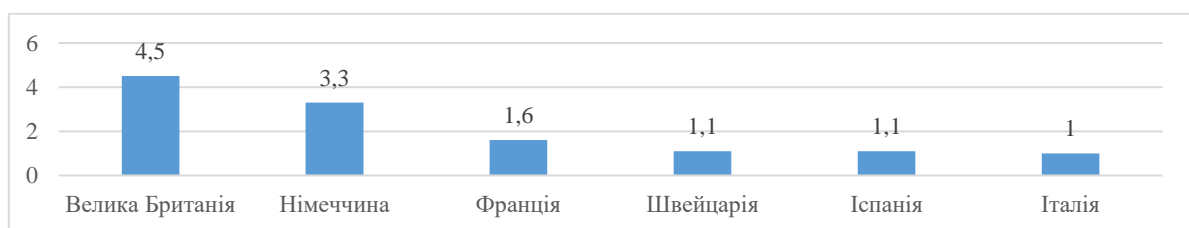


Рис. 4. Частка європейських країн в структурі МІСЕ-поїздок (узагальнено автором на основі [2])

В ході дослідження було встановлено, що європейський регіон домінує на світовому ринку МІСЕ-туризму з часткою ринку 50%, і очікується, що Європа збереже цю позицію до 2030 року. Крім того, за кількістю учасників конференцій міжнародних асоціацій Європа є найбільшим ринком у світі. У 2020 році 6% всіх виїзних поїздок з Європи були пов'язані з МІСЕ. З виїзних МІСЕ-поїздок 48% припадали на нішу конференцій/конгресів/семінарів, 42% відносилися до виставок/ярмарків та 10% до інсентивів.

Висновки. Таким чином, МІСЕ-туризм являє собою форму бізнес-туризму, спрямований на те, щоб об'єднати найкращих професіоналів із усіх секторів у розширеній, індивідуальній обстановці сфери гостинності. Термін «МІСЕ-туризм» (meetings, incentives, conferences, events) означає зустрічі, інсентиви, конференції та виставки. міжнародний досвід розвитку МІСЕ-туризму дозволяє зробити висновок, що цей напрям туристичної діяльності є досить перспективним та прибутковим. Більшість країн світу, зокрема Велика Британія, Німеччина, Франція, Іспанія та Італія є постачальниками туристів, які орієнтовані на МІСЕ-послуги й активно розвивають дану сферу на своїй території. Індустрія МІСЕ є одним із найбільш швидкозростаючих сегментів туристичної індустрії, а Міжнародна асоціація конгресів і конгресів (ICCA) повідомляє про щорічне збільшення кількості зареєстрованих подій приблизно на 9%.

References.

1. Bezuhlyi V.V. (2018) Suchasni tendentsii rozvytku dilovoho turyzmu v krainakh Yevropeiskoho soiuzu [Modern trends in the development of business tourism in the countries of the European Union]. Visnyk Lvivskoho universytetu. V. 29. P. 9-13.

2. Chloe K. H. Lau, Simon Milne, Charles S. Johnston, (2005). MICE, ICT and Local Economic Development, *Journal of Convention & Event Tourism*, 10.1300/J452v07n01_05, 7, 1, P. 61-75.

3. Dekhtiar N.A. (2014) Tendentsii rozvytku svitovoho rynku dilovoho turyzmu [Development trends of the world business tourism market]. *Problemy ekonomiky*, vol 1. P. 43-51. 9

4. MICE-tourism: A Simple Explanation. URL: <https://tourismteacher.com/mice-tourism/> (accessed June, 2023).

5. Trisic, I. & Arsenov-Bojovic, V. (2018). The role of MICE industry in tourism development. In *Tourism International Scientific Conference Vrnjačka Banja-TISC*, 3(2), 275-293. 17