

УДК 379.85

Гоева Т.А.

Студент

Филобок М.А.

Студент

Куприяшкина А.Е.

Студент

Кубанский государственный университет

Россия, Краснодар

ИСТОРИЯ ФОРМИРОВАНИЯ MICE-ТУРИЗМА

Аннотация: Раньше MICE-туризм входил в состав бизнес-туризма, поэтому, чтобы проследить историю его создания, нужно для начала узнать, как появился бизнес-туризм. Сегодня MICE-индустрия выросла и стала приносить значительные доходы в ВВП стран по всему миру. Сейчас особой популярностью пользуются конгрессные мероприятия. Сейчас существует такая тенденция, что количество участников в конгрессах уменьшилось, но время пребывания увеличилось

Ключевые слова: mīce-туризм, туризм, деловой туризм, бизнес-туризм, история развития

Goeva T.A.

Student

Filobok M.A.

Student

A.E. Kupriyashkina

Student

Kuban State University

Russia, Krasnodar

HISTORY OF MICE-TOURISM DEVELOPMENT

Annotation: Previously, MICE tourism was part of business tourism, therefore, in order to trace the history of its creation, you first need to find out how business tourism appeared. Today the MICE industry has grown to generate significant revenues in the GDP of countries around the world. Congress events are especially popular now. Now there is a tendency that the number of participants in the congresses has decreased, but the length of stay has increased.

Keywords: mice tourism, tourism, business tourism, business tourism, development history

За последние десятилетия MICE-индустрия пережила огромный рост. Раньше MICE-туризм входил в состав бизнес-туризма, поэтому, чтобы проследить историю его создания, нужно для начала узнать, как появился бизнес-туризм.

История бизнес туризма, которая служит источником MICE-индустрии, прослеживается в сельскохозяйственных обществах в Африке и в Европе, которые были созданы за тысячи лет до Рождества Христова. Рост добычи и производства продукции побуждал купцов к дальним путешествиям, немалую роль сыграла и миграция населения в большие города. Предполагается, что деловой туризм возник из деятельности мелких торговцев, которые проделывали долгий путь, чтобы торговать своими товарами. Этот бизнес получил дальнейшее развитие в эпоху империй, таких как Персидская, Египетская, Римская и Греческая империи.

В течении периода Средневековья и вплоть до Нового времени основной массой путешественников были купцы и паломники. Это говорит о том, что деловые люди были основной группой, которая развивала и укрепляла свои отношения с людьми из разных областей. Кроме того, появление туристического бизнеса, научных достижений и законов для поддержки бизнес-туристов, особенно в XIX веке, включая

парусную технику, соответствующие законы и страховой бизнес, служат ещё одним подтверждением важности деловых поездок.

Что касается России, то в период царствования Петра I бизнес-путешествия в основном совершались в Западные страны. Сам император отправился в Европу, для того, чтобы научиться строительству кораблей и военному делу. Дворяне часто путешествовали с образовательными целями. Россия становилась всё более открытой для иностранных купцов и ремесленников.

Формирование делового туризма было временно остановлено из-за советской власти и железного занавеса. После распада СССР в Россию стали активно привозить заграничные товары, процветал шоп-туризм в страны Европы, осуществлялись поездки с образовательными целями. С Запада и по сей день привозят технику, одежду автомобили. Большинство проводимых мероприятий в России посвящены экономике, бизнесу и финансам.

Сегодня MICE-индустрия выросла и стала приносить значительные доходы в ВВП стран по всему миру. Каждый год осуществляется более чем 100 млн. поездок с бизнес целями. Распределены данные поездки по дестинациям довольно неравномерно, связано это с уровнем развития стран. Традиционно подавляющее число бизнес-туристов ездили в европейские страны, в Африку же такие туристы не особо хотят ехать, т.к. особого смысла в этом нет, бизнесмены хотят получать выгоду от поездок. Конечно, Африку можно рассматривать как место для инсентив-туризма, но это довольно экзотичное направление, не все работники будут рады узнать, что в качестве поощрения их отправят в Занзибар, а не в солнечную Испанию.

Основным поставщиком бизнес-туристов в Европе является Германия. В среднем, немецкие компании отправляют 5 млн своих сотрудников в командировки, в основном поездки совершаются по

Германии – свыше 70 %, остальной процент приходится на зарубежные страны.

Однако, постепенно Европа теряет свои позиции как направление бизнес-туризма. Темпы её роста всё больше отстают от других стран, стало это проявляться в конце XX в. В то время Европа претерпевала спад в экономике из-за этого компании стали экономить на всём, в том числе и на бизнес-поездках своих сотрудников, приобретались самые дешёвые билеты, если повезёт, то со скидкой, выбирались недорогие отели.

Американские же компании наоборот стали вкладывать ещё больше в деловые поездки. Они поставили в приоритет деловую часть поездки, но решили сэкономить на организации отдыха и досуга туристов. В основном поездки совершаются в Мексику и Канаду. У этих стран, также, как и у США, с начала 90-х гг. прошлого века бизнес-туризм активно развивался, но с разной интенсивностью. Но в Канаде количество прибытий с целью рекреации превышало темпы роста бизнес-туризма, а в Мексике ситуация обстояла с точностью наоборот.

В наши дни активно развивается бизнес-туризм в странах Азии, а именно в Японии, Южной Корее, Китае, Гонконге и Сингапуре. Там регулярно проводятся конференции, выставки, конгрессы и семинары. Сейчас по сравнению с другими странами, в данных странах наиболее активно развивается MICE-индустрия.

Сейчас особой популярностью пользуются конгрессные мероприятия. К ним предъявляются высокие требования к умениям и составу участников. Данные мероприятия не рассчитаны на широкий круг лиц, в отличие от выставок. На конгрессных мероприятиях стараются организовать эксклюзивное обслуживание, для размещения гостей выбираются самые лучшие отели в городе. Сейчас существует такая тенденция, что количество участников в конгрессах уменьшилось, но время пребывания увеличилось.

Использованные источники:

1. Панина Е.Е. Возможности развития МІСЕ-туризма в России / Наука и образование: новое время. 2018. № 4 (27). С. 49-53.