

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ ИНДУСТРИИ MICE В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

Цель работы – оценка состояния развития индустрии MICE в Санкт-Петербурге.

Термины индустрия MICE (MICE industry), индустрия встреч (meeting industry), деловой туризм (business travel) используются для обозначения индустрии поездок со служебными целями. MICE - это англоязычная аббревиатура - специальный термин, который применяется в международной практике делового туризма для обозначения ключевых английских слов, характеризующих основные составляющие делового туризма: M – Meetings (встречи), I – Incentives (мотивационные мероприятия, поощрительные поездки), C – Conferences - конференции, congresses - конгрессы, E – Exhibitions (выставки) и Events (события).

В работе был исследован международный рынок индустрии MICE и определено значение делового туризма для экономики страны в целом, а также рынок индустрии MICE в Санкт-Петербурге.

Деловые туристы составляют в общем турпотоке 20-25%, но на них приходится 60% общего оборота туристической индустрии. Согласно прогнозам специалистов Всемирной Туристской Организации (ЮНВТО), к 2020 г. количество деловых поездок в мире вырастет примерно с 664 млн. до 1,6 млрд. человек в год, при этом доходы от делового туризма увеличатся в 5 раз и достигнут \$2 трлн. в год.

Деловой туризм прочно утвердился во многих странах как наиболее быстро развивающийся экономический сектор, обеспечивающий приток иностранной валюты и создание рабочих мест, повышение спроса на разные сектора индустрии туризма, развитие отраслей экономики, науки, образования, культуры и здравоохранения. Международный деловой туризм играет важную роль в повышении рейтинга соответствующего города. Деловой туризм - это один из ресурсов интеграции и развития компаний.

Деловой туризм имеет ряд преимуществ по сравнению с другими видами туризма: устойчивость к воздействию экономических, политических, климатических факторов; независимость от сезона; высокая доходность, планирование деловой поездки заблаговременно.

Среди тенденций развития мирового MICE – туризма можно выделить следующие: преобладание индивидуальных деловых поездок и рост их количества; устойчивое повышение спроса на посещение различных отраслевых выставок и развитие сектора инсентив-туризма; развитие конгрессного туризма, при этом повышение спроса на услуги по организации минивыставок, презентаций, а также семинаров и тренингов во время проведения конференций; сохранение средней продолжительности деловых мероприятий до 2-3 дней и среднего количества участников при одновременном росте их расходов; техническое оснащение мест проведения деловых мероприятий аудиовизуальными средствами, а также применение новейших информационных технологий при подготовке и проведении мероприятия; увеличение числа компаний, специализирующихся на организации и проведении деловых мероприятий.

На 2005 год объем рынка делового туризма в Санкт-Петербурге составлял \$651млн, но по количеству деловых мероприятий, проводимых международными организациями в 2005 году, город находился лишь на 100-м месте среди городов-лидеров конгрессного туризма, а Россия в целом - на 42-м (при том, что по привлекательности город входит в десятку городов мира с туристским потоком в 3,5 млн. человек).

В Санкт-Петербурге соотношение видов делового туризма на 2005 год выглядело следующим образом: бизнес-туризм - 50%, выставочный туризм - 35%, конгрессный туризм - 10%, инсентив-туризм - 5%.

Общая характеристика мест проведения деловых мероприятий:

- в Петербурге достаточно ресурсов для проведения встреч малых форм - на уровне конференций;
- мероприятия средней величины могут проводиться во дворцах, что является некой изюминкой Санкт-Петербурга;
- ресурсы гостиниц нашего города достаточно ограничены в части конференц-залов вместимостью от 300 человек;
- для проведения конгрессов численностью более 1000 участников практически нет площадок;
- одна гостиница города, "Прибалтийская", максимально отвечает всем предъявляемым требованиям для конференций до 1000 человек;
- крупнейшими конгрессными площадками города являются гостиницы Прибалтийская и Пулковская, Дворец конгрессов, конгрессно-выставочный комплекс Ленэкспо.

Сильными сторонами Санкт-Петербурге в области развития MICE-туризма являются:

культурно-историческое и архитектурное наследие Санкт-Петербурга; большой научный потенциал; возросший интерес к городу; рост количества инфраструктуры туризма бизнес уровня; интерьерные дворцы Санкт-Петербурга являются «изюминкой», в большинстве из них возможно проведение конференций и семинаров; удобное географическое положение города.

Слабыми сторонами Санкт-Петербурге в области развития MICE-туризма являются: неразвитость инфраструктуры для приема крупных международных конгрессов; небольшая доля проведения крупных международных конференций; нехватка мест размещения в сезон; неэффективная ценовая политика гостиничных предприятий; недостаточные мощности аэропорта «Пулково 2»; сложности с оформлением въездной визы; нехватка профессиональных организаторов.

Основные рекомендации по развитию туристического потенциала Санкт-Петербурга в сегменте MICE – туризма включают:

- создание нового конференц-центра, способного вместить не менее 1500 делегатов и имеющего не менее 10 «breakout» залов;
- строительство гостиницы, отвечающей требованиям конгрессного туризма (качество и уровень цен);
- инвестиции в модернизацию оборудования в существующих основных залах;
- создание Конгрессного Бюро как органа, ответственного за развитие конвенционного туризма.

Полученные данные позволяют сделать вывод о том, что с одной стороны деловой туризм является одним из самых перспективных и динамично развивающихся видов туризма, а с другой стороны Санкт-Петербург обладает значительным потенциалом для развития делового туризма. Следовательно, деловой туризм следует рассматривать как один из наиболее приоритетных видов туризма для Санкт-Петербурга.