

**УДК 379.85**

*Гоева Т.А.*

*Студент*

*Филобок М.А.*

*Студент*

*Куприяшкина А.Е.*

*Студент*

*Кубанский государственный университет*

*Россия, Краснодар*

### **СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ МІСЕ-ТУРИЗМА В РОССИИ**

*Аннотация: Россия старается популяризировать себя в качестве направления пригодного для проведения деловых мероприятий иностранными компаниями. В РФ с каждым годом появляются новые площадки, инфраструктура которых позволяет проводить даже международные мероприятия, например, это площадки в Казане, Сочи и Орле. Однако основная масса деловых мероприятий выпадает на долю Москвы и Санкт-Петербурга.*

*Ключевые слова: місе-туризм, туризм, Россия, деловой туризм, бизнес-туризм*

*Goeva T.A.*

*Student*

*Filobok M.A.*

*Student*

*A.E. Kupriyashkina*

*Student*

*Kuban State University*

*Russia, Krasnodar*

### **THE CURRENT STATE OF MICE TOURISM IN RUSSIA**

*Abstract: Russia is trying to popularize itself as a destination suitable for holding business events by foreign companies. Every year new sites appear in the Russian Federation, the infrastructure of which allows even holding international events, for example, these are sites in Kazan, Sochi and Orel. However, the bulk of business events falls on the share of Moscow and St. Petersburg.*

*Keywords: mice tourism, tourism, Russia, business tourism, business tourism*

На протяжении длительного времени Россия отставала от развитых западных стран в сфере MICE-туризма. Для нашей страны данный вид туризма – это нечто новое и ещё не до конца освоенное. Если о бизнес-туризме говорить довольно давно и часто, о нём пишут учебники, то MICE-туризму только последние несколько лет стали уделять должное внимание, сейчас он активно развивается.

Доля делового туризма из общего количества путешествий по России в крупных городах достигает до 90 %. Благодаря введённым санкциям против России деловая активность внутри страны возросла. Если раньше деловые мероприятия в России проводили преимущественно те компании, которые не могли себе позволить за границу из-за денежных ограничений, то сейчас даже крупные компании отдают предпочтение России, они рассматривают её как полноценное направление.

Россия старается популяризировать себя в качестве направления пригодного для проведения деловых мероприятий иностранными компаниями. Для этого она участвует в таких крупных выставках как IBTM World. Ежегодно в ней принимаю участие свыше 15 000 чел. из 141 страны. Впервые Россия приняла участие в данной выставке в 2017 г. под стендом «Russia open to the world». Целью участия была популяризация российских регионов среди иностранных компаний и создания имиджа открытой страны, которая пригодна для проведения мероприятий любой

сложности. Российскую выставку посетило свыше 2000 специалистов бизнес-сферы.

В 2019 г. Россия также приняла участие в «IBTM World», только на этот раз было презентовано больше российских компаний, а именно, 17 компаний из Санкт-Петербурга, Москвы, Камчатки, Свердловской области, Калининграда и Камчатки. Организатором было Национальное конгресс-бюро при поддержке Фонда Росконгресс. Оно показало людям, посетившим выставку, возможности России для проведения бизнес-мероприятий.

Участие в выставке дало свои плоды, согласно статистике Международной ассоциации конгрессов и конференций (ICCA) Россия вошла в топ-20 европейских организаторов конгрессов. В мировом рейтинге ICCA в 2019 г. она заняла 35 место, поднявшись с 42 места за год.

В европейском рейтинге городов Москва заняла 39 место, Санкт-Петербург 42 место. В 2018 г. эти показатели равнялись 43 и 80 соответственно. Санкт-Петербург довольно-таки быстро поднялся в рейтинге. В мировом же рейтинге Москва стоит на 70 месте, а Санкт-Петербург на 79 месте. Санкт-Петербург провёл у себя такие мероприятия как 23-я сессия Генеральной ассамблеи UNWTO, 6-й Форум будущих лидеров Мирового нефтяного совета и др. Россия занимает менее 1 % на мировом рынке в качестве места для проведения бизнес-событий. ICCA учитывает мероприятия с количеством человек более 500, подходящие места для их проведения у нас имеются. Согласно данным UNWTO в Россию с бизнес-целями приезжает в среднем 22 млн. туристов в год.

В РФ с каждым годом появляются новые площадки, инфраструктура которых позволяет проводить даже международные мероприятия, например, это площадки в Казане, Сочи и Орле. Однако основная масса деловых мероприятий выпадает на долю Москвы и Санкт-Петербурга. Оно

и понятно почему – это крупнейшие и наиболее развитые города России. Но в связи с этим столицы регионов не пользуются большой популярностью среди крупных компаний, в следствие чего небольшие города не получают дополнительного дохода. А это влечёт за собой плохой уровень жизни среди населения, неразвитость инфраструктуры, концентрация хороших специалистов в крупных городах и нехорошую репутацию страны, как в регионах, так и в мире.

Особенно «хромает» инфраструктура средней полосы России, многие отели имеют устаревшую материально-техническую базу. Территория Дальнего Востока получает долю своих туристов за счёт своей диковинности для иностранцев. За счёт огромных территорий транспортная инфраструктура в стране также находится не в лучшем состоянии. Самым быстрым и удобным, но в то же время и самый дорогой способ для передвижения по России – это авиатранспорт. В России лучше не экономить на месте проведения мероприятия, да, провести конференцию в российской провинции будет в несколько раз дешевле, чем в развитых городах, но организаторы столкнутся с рядом проблем: плохая связь, отсутствие компьютер и в подходящих залах. Если понадобится срочно отправить кому-нибудь письмо, то единственным вариантом остаётся экспресс-почта.

Спрос на интересные и хорошо оборудованные площадки превышает предложение, из-за этого приходится бронировать место за несколько месяце, а порой и за полгода, либо же приходится обращаться к менее качественным площадкам. Как следствие, страдает качество услуг, это сказывается на репутации России как места пригодного для проведения бизнес-мероприятий.

Из-за ведённых ограничительных мер в 2020 г. вызванных коронавирусной инфекцией стала более активно развиваться цифровизация, она затронула все сферы жизни. Многие бизнес-

мероприятия проходили в онлайн формате. Благодаря этому стали появляться новые связи, люди увидели, что необязательно по каждому вопросу встречаться лично, ведь можно обращаться за помощью к различным интернет-платформам [1].

Из-за пандемии не только бизнес-туризм, но и весь туристский рынок находился в стагнации, авиасообщение между странами приостановили, личные встречи запрещены, выходить из дома можно только в случае крайней необходимости. В январе 2021 г. был внушительный спад событий в сфере бизнеса, выручка была на 44 % ниже по сравнению с 2019 г. Однако в марте 2021 г. из-за смягчения ограничений рынок МICE-туризма вырос относительно февраля. Эксперты считают, что туристский бизнес сможет восстановиться не ранее 2022 г. Интересно то, что за март объём полученной выручки составил 70 % от 2019 г., объяснить это можно отложенным спросом.

Практически все мероприятия в 1-ом квартале 2021 г. проходили на территории России, приблизительно 1 % мероприятий проводились в Турции и ОАЭ. Из-за отсутствия конкурентов конгрессные отели подняли цены. В первые месяцы 2021 г. чаще всего проводились бизнес-мероприятия в сфере IT, фармацевтике, обрабатывающей промышленности, энергетике и товаров повседневного спроса. В нынешних условиях использование масок, антисептиков и ограничение по числу, находящихся в помещении человек являются естественными требованиями.

#### **Использованные источники:**

1. Романова И.А., Карпова Ю.И., Ходыкина М.Ф. Влияние карантинных мер в условиях пандемии covid-19 на туристский спрос россиян / Туристско-рекреационный комплекс в системе регионального развития. 2020. С. 40-43.