

дующих нововведений и преобразований для успешной реализации потенциальных рыночных возможностей в данном сегменте. В первую очередь представляется необходимым переосмысление сущности и роли СКО в национальной туристической индустрии, т. е. концептуальные инновации [2]. Следующим шагом должно стать изучение мирового опыта оказания лечебно-оздоровительных и спа-услуг беременным женщинам, его адаптация под имеющуюся ресурсную и материально-техническую базу белорусского санаторно-курортного сегмента, а также национальную философию организации лечебно-оздоровительного туризма. Кроме того, необходима поддержка на государственном уровне идеи инновационного менеджмента в СКО и объективная оценка важности предоставления лечебно-оздоровительных услуг для сегмента беременных женщин. Дальнейшими мерами, по нашему мнению, должны стать адаптация имеющихся и разработка новых лечебных, оздоровительных, косметических и рекреационных услуг, ориентированных на потребности данной целевой аудитории, на основе уже имеющейся ресурсной базы и материально-технической оснащенности, создание новых СКО, преобладающей направленностью которых будет предоставление санаторно-курортных услуг беременным женщинам.

#### Список литературы

1. *Cohen, M.* Understanding the Global Spa Industry: Spa Management / M. Cohen, G. Bodeker. – Oxford, UK 2009. Elsevier. – P. 18.
2. *Траскевич, А. Г.* Концептуальные инновации в санаторно-курортном сегменте туристического рынка Беларуси / А. Г. Траскевич // Новая экономика. – 2010. – № 1. – С. 146–153.

*Е. В. Лелей*

Научный руководитель – кандидат экономических наук

Г. А. Бондаренко

БГУ (Минск)

### **МІСЕ-ІНДУСТРІЯ В БЕЛАРУСІ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

Бизнес-туризм сегодня является одной из ведущих и наиболее динамично развивающихся отраслей мировой экономики. К 2020 г. в мире прогнозируется увеличение потока бизнес-туристов в три раза, а капиталоборота в этой области – в шесть раз по сравнению с 2009 г. Это свидетельствует о том, что данный вид туризма является ключевым элементом стимулирования национальной экономики любого государства. Деловой туризм проявляется через участие в выставках, конгрессах, бизнес-образовании, инсентив-турах и др. Существенную роль в развитии бизнес-туризма играет развитие МІСЕ-индустрии. Международная аббревиатура МІСЕ, принятая для обозначения деловых мероприятий, расшифровывается как

Meetings (собрания), Incentives (побуждения, т. е. мотивирующие и поощрительные поездки), Conferences (конференции) и Events/Exhibitions (события/выставки). MICE формируется на базе индустрии гостеприимства и творческих индустрий и в рамках своей деятельности охватывает все отрасли мировой экономики. Деловой туризм на постсоветском пространстве, в том числе и в Беларуси, достаточно новое явление: он стал зарождаться в 1990-е гг. в связи со снятием «железного занавеса». В Беларуси в деловом туризме развиваются такие его направления, как бизнес-поездки и конгрессно-выставочный туризм. Основная проблема здесь – в неразвитости рынка специализированных деловых услуг. Но несмотря на то, что на данный момент импорт делового туризма в Республике Беларусь превышает экспорт, количество въезжающих деловых туристов ежегодно увеличивается, что является подспорьем для положительной динамики в данной сфере, в том числе и MICE, в перспективе. Что касается положения MICE на данный момент в Беларуси, то сейчас наша страна за рубежом в этом сегменте практически не позиционируется. Организацией международных семинаров и конференций в белорусских компаниях чаще всего занимаются сотрудники отдела рекламы и маркетинга, а количество туристских компаний Беларуси, занятых в этой нише, невелико. Они могут предоставить деловой тур в рамках направления «индивидуальный туризм», но как отдельный вид туристских услуг турфирмам продвигать деловой туризм невыгодно. Следовательно, заявлять о себе как о стране, интересной в контексте MICE, пока рано. У нас нет профессиональных организаций, специализирующихся на деловых мероприятиях, таких как западные PCO. Но целенаправленное развитие рассматриваемой отрасли туризма может изменить сложившуюся ситуацию. То, что деловой туризм – это всесезонный вид экономической деятельности, характеризующийся массовостью поездок и высокой степенью прогнозирования деловых поездок, и то, что ресурсная группа факторов не оказывает сколь-либо существенного влияния на эту сферу, делает привлекательным для Беларуси развитие делового туризма и MICE-индустрии. Итоговым результатом данного процесса станет высокая доходность государственного бюджета. Для этого необходимо улучшение имиджа страны, ее привлекательности, уровня сервиса, важно аккумулировать активность развития делового туризма на государственном уровне. Позитивно на это повлияют усиление интеграционных процессов, способствующих интенсификации деловых обменов, создание привлекательной инвестиционной среды, в результате чего повысится экономическая активность самой страны. И это, в свою очередь, будет способствовать развитию соответствующей инфраструктуры, созданию новых рабочих мест специализированного персонала, занятого в сфере делового туризма, образованию специальных компаний-организаторов и координационных центров, которые в конечном счете и сформируют базу индустрии MICE в Беларуси.

□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□□□185  
 □□□□□□□□□□.  
 □□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□□□  
 □□□□□□□□□□□□. □□□□□□□□□□.