

- формирование «зеленой» экономики, базирующейся на энергосбережении, внедрении экологических технологий, возобновляемых и альтернативных источников энергии и эффективных технологий;
- стимулирование инвестиционной активности, повышение эффективности научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ по созданию новых видов продукции;
- наращивание экспортного потенциала деревообрабатывающей и мебельной отраслей за счет диверсификации традиционных рынков сбыта;
- снижение производственных затрат на выпуск продукции глубокой переработки древесины и др.

Литература

1. Мебельный рынок Беларуси: цифры и факты, итоги и прогнозы. – Режим доступа: <https://hauz.by/mag>. – Дата доступа: 30.03.2021.
2. Программа развития деревообрабатывающего и мебельного производства концерна «БЕЛ-ЛЕСБУМПРОМ» на период до 2025 года. – Режим доступа: <http://www.bellesbumprom.by/ru/dokumenty/programmu>. – Дата доступа: 30.03.2021.
3. Промышленность Республики Беларусь : стат. буклет / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – Минск, 2020. – 52 с.
4. Статистический ежегодник Республики Беларусь : стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – Минск, 2020. – 436 с.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МІСЕ-ИНДУСТРИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

М. В. Светогор

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь

Научный руководитель Е. Н. Карчевская

МІСЕ-туризм – это деловой туризм, связанный с организацией и проведением корпоративных мероприятий. Чтобы понять, что за мероприятия имеются в виду, расшифруем английскую аббревиатуру: *Meetings* – корпоративные встречи, *Incentives* – тимбилдинги и мотивационные туры для сотрудников, *Conferences* – деловые конференции, съезды, форумы, семинары, *Events* – выездные корпоративные праздники. Получается, что МІСЕ-туризм – это проведение в другом городе или за границей мероприятий, направленных на развитие, мотивацию и обучение персонала, партнеров и клиентов компании. Это возможность заявить о себе в профессиональном сообществе, привлечь инвесторов, завести полезные связи, презентовать услуги и продукты, узнать конкурентов. Это также инструмент развития сотрудников и сплочения команды.

К самым значимым преимуществам делового туризма можно отнести:

- увеличение спроса на уникальные и необычные площадки. В настоящее время растет популярность дорогих бутик-отелей и эксклюзивных частных владений, особенно для проведения важных встреч на высоком уровне. Вместе с тем, для простых мероприятий участники склонны выбирать такие нестандартные места, как лобби отеля, рестораны, патио, лужайки и прочее;
- доступность информации о потребителях. Соцсети, мобильные приложения и RFID-метки позволяют организаторам получить массу информации об участниках

мероприятия, прежде всего демографические характеристики, а это дает возможность кастомизировать программу под потребности и интересы каждого;

– возможность быстрой наработки постоянной клиентской базы в виде больших и малых организаций и предприятий;

– одновременное взаимодействие со многими отраслями. МІСЕ-туризм играет весомую роль в национальной и мировой экономике, оказывая значительное прямое и косвенное влияние на другие отрасли: транспорт, связь, финансовый сектор, культуру, здравоохранение, торговлю. При этом взаимодействие с такими отраслями, как сельское хозяйство, промышленность, строительство, является сравнительно слабым.

МІСЕ-индустрия считается наиболее перспективной отраслью мировой экономики. Ее годовой оборот составляет на сегодня более триллиона долларов, а к 2020 г. этот показатель, по прогнозам аналитиков, должен вырасти до полутора триллионов и более. Объясняется это тем, что деловой туризм преследует цели, наиболее полно отвечающие задачам современной бизнес-индустрии. Вот эти цели: всестороннее, расширенное и углубленное обучение персонала, клиентов и партнеров компании; мотивация персонала к более продуктивной деятельности и творческому горению в работе; развитие и расширение как профессиональных, так и межличностных коммуникаций; PR (внутренний и внешний пиар) компании (бренда) с целью популяризации ее философии, ценностей, возможностей и т. д.

Мы предлагаем использовать не только традиционные способы делового туризма для повышения эффективности работы компании, но и задействовать для получения данного результата непривычную для компаний сферы деятельности, а именно психологию человека.

Главные цели и задачи данной идеи:

- Поместить человека в максимально комфортные условия для жизни: для удовлетворения своих базовых потребностей, для проведения досуга, обеспечить общение с интересными личностями, создавать идеальный визуал на протяжении всей поездки и т. д. Человеческий мозг устроен так, что как только появляется наиболее приятная и комфортная обстановка/ситуация/способ проведения своего времени для человека, то в дальнейшем человек будет стараться всеми способами найти такие пути развития личности, чтобы в дальнейшем находиться лишь в рамках этой самой комфортной для него обстановки. Такие установки способствуют саморазвитию человека, его идейности и продуктивности.

- Организовывая план мероприятий для данной поездки, нужно учитывать баланс между отдыхом и работой. Если мы ставим работу на первое место, впереди всего остального, мы не выделяем себе столь благотворного и нужного нам времени отдыха, а значит, скоро начнем страдать как психологически, так и физически. Все эти действия предпринимаются для того, чтобы научить работников находить баланс между умеренным количеством работы и умеренным количеством отдыха. Когда человек разрешает себе замедлиться и пожить настоящим, он делает очень много на благо своего здоровья и хорошего состояния. Именно в периоды смены деятельности мозг человека начинает генерировать различные новые и нетипичные идеи, что также будет способствовать повышению мотивации и идейности сотрудника.

- Данная поездка должна включать в себя минимальную физическую нагрузку. Она может проявляться в различных формах: игровой (любимой командной игре), в виде эстафеты, квестов и т. д. План данного мероприятия должен разрабатываться индивидуально под заказчика. Спортивное мероприятие обязательно должно приносить удовольствие, таким образом будет происходить привитие правильного образа

жизни. Следствие такого образа жизни является уменьшение уровня стресса – сокращения переутомления – сокращения количества больничных.

- Не стоит забывать и о рабочих моментах. Грамотнее будет обмениваться опытом, продавать или рекламировать свои продукты через некоторое время после прохождения активных командных мероприятий, так как члены данного мероприятия будут более предрасположены к ведению диалога, поглощению информации и поддержке выступающего после коллективного взаимодействия.

По итогам исследования можно сделать вывод, что одним из наиболее распространенных видов туризма является: развлекательный, культурно-познавательный туризм и пляжная рекреация. Деловой туризм предпочитает 30 % респондентов (рис. 1).

Какие виды туризма Вы предпочитаете?



Рис. 1. Предпочтительные виды туризма

Большинство респондентов отреагировали бы положительно на предложение о совместной поездке с коллегами по работе/учебе (рис. 2).

Как бы Вы отреагировали на предложение о совместном путешествии с вашими коллегами по работе/учебе?

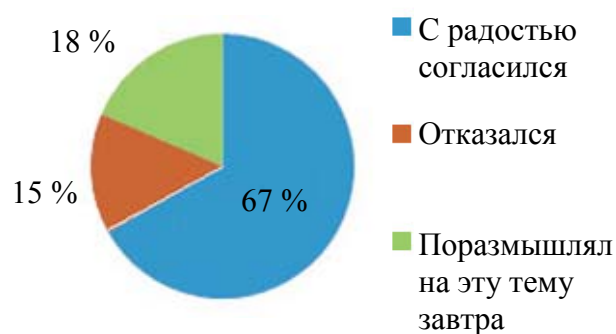


Рис. 2. Совместные путешествия с коллегами

Самыми актуальными направлениями MICE-туризма являются Тимбилдинги и мотивационные туры для сотрудников (*Incentives*) и Деловые конференции, съезды, форумы, семинары (*Conferences*) (рис. 3).

Какой из видов МІСЕ-туризма наиболее актуальный?

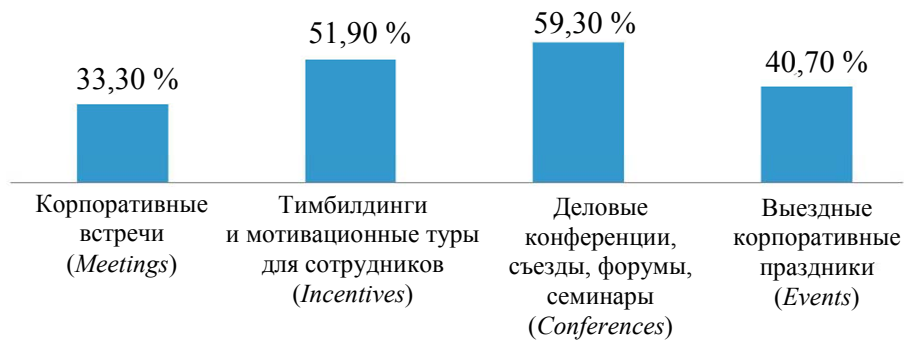


Рис. 3. Актуальные виды МІСЕ-туризма

По проведенному исследованию можно сделать вывод, что деловой туризм не является достаточно распространенным видом туризма. Следует заметить, что в Беларуси данный тип туризма зарождается лишь в Минске, а в других городах республики этот тип туризма еще не был предложен потребителям. Данный тип туризма является довольно перспективным, так как большинство респондентов считают уместным совмещать работу и путешествия. Но следует учитывать тот факт, что наиболее предпочитаемыми видами МІСЕ-индустрии являются мотивационные туры и деловые конференции.

Положительные показатели развития МІСЕ-индустрии в Беларуси: безвизовое направление для 74 стран. Национальный аэропорт «Минск» – самый популярный трансферный аэропорт среди российских путешественников за 2018 г.; самобытное культурное наследие; Минск – один из самых безопасных и современных городов Европы; относительно низкая стоимость услуг для иностранных гостей. Не стоит забывать о богатой истории Беларуси и потрясающих достопримечательностях. Расположенная в центре Европы, Беларусь занимает удобное положение для туристов.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ B2B РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

А. М. Гудеева

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь

Научный руководитель Л. Л. Соловьёва

Актуальность данной темы обусловлена тем, что в современном мире растет популярность интернет-маркетинга, так как степень использования интернета человеком повышается каждый день.

Согласно ежегодному глобальному исследованию от «We are social» и разработчику платформы для управления социальными сетями «HootSuite», количество интернет-пользователей на начало 2021 г. составило 4,66 млрд человек, что на 316 млн больше 2020 г., – это 59,5 % от всего населения мира (7,83 млрд человек). Социальными сетями пользуются 4,2 млрд человек, что составляет 53,6 % от всего населения мира [1].