

торико-культурного наследия, расположенных в лесном фонде республики, а также по разработке мероприятий по их сохранению и использованию в системе экологического туризма.

В основу метода балльной оценки природных и историко-культурных объектов в лесном фонде для развития экологического туризма положена их комплексная оценка по 12 критериям: качественное значение, содержание, функциональное значение, познавательная ценность, известность, специфичность, необычность, выразительность, сохранность, надежность, местонахождение, временное ограничение показа, направленность на тип экскурсантов.

В настоящее время создана электронная база данных по объектам природного и историко-культурного наследия в системе экотуризма в регионе Полесья, которая содержит сведения о местоположении, наименовании объекта, площади, сохранности, допустимой рекреационной нагрузке, оптимальном времени осмотра туристами и общем балле экскурсионной оценки. Всего в базу данных занесено 602 обследованных объекта (природные – 218 (36,2 %) и историко-культурные – 384 (63,8 %)), в том числе по лесхозам Брестской области – 313 объектов и лесхозам Гомельской области – 289 объектов. На основании исследованных объектов в лесном фонде лесхозов и на прилегающих к нему территориях разработано более 30 экологических маршрутов и региональных туров. Аналогичная работа проводится сейчас для лесхозов Могилевской области.

Использование научных разработок в лесном хозяйстве позволит сохранить и вовлечь объекты природного и историко-культурного наследия в систему экологического туризма, увеличить до 70 % их использование в лесном фонде и повысить до 50 % уровень доходов лесхозов от туризма.

ЛИТЕРАТУРА

1. Побирушко, В. Ф. Сохранение историко-культурного наследия в контексте устойчивого лесопользования / В. Ф. Побирушко // Лесное и охотничье хоз-во. – 2009. – № 2. – С. 23–26.

УДК 338.2

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА

Е. Н. Карчевская, М. В. Светогор

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

Рассмотрен рынок MICE-туризма, исследованы преимущества делового туризма, обозначены проблемы его развития, выделены факторы развития делового туризма, основные сегменты делового туризма и география деловых поездок, указаны перспективы развития MICE-туризма.

Ключевые слова: MICE-туризм, деловая поездка, деловой туризм.

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE BUSINESS TOURISM INDUSTRY

E. N. Karchevskaya, M. V. Svetogor

*Educational Institution “Sukhoi State Technical University of Gomel”,
the Republic of Belarus*

The article discusses the MICE tourism market, examines the advantages of business tourism, identifies the problems of its development, highlights the factors for the development of business tour-

ism, the main segments of business tourism and the geography of business travel, indicates the prospects for the development of MICE tourism.

Keywords: MICE tourism, business trip, business tourism.

Организация делового туризма (MICE-туризма) направлена на проведение в другом городе или другой стране мероприятий по развитию, мотивации и обучению персонала, партнеров и клиентов компании. Это не только пиар и реклама, но и возможность привлечь инвесторов, завести полезные связи, презентовать услуги и продукты, узнать конкурентов. Это также инструмент развития сотрудников и сплочения команды [1]. В то же время деловые поездки определяются как поездки в деловых или профессиональных целях, а не в целях развлечения или отдыха.

Объем рынка деловых поездок оценивался в 787,76 млрд долл. США в 2021 г. и по прогнозам достигнет 2404,42 млрд долл. США к 2030 г., увеличившись в среднем на 13,20 % в период с 2023 по 2030 г.

В настоящее время глобальный рынок деловых поездок демонстрирует положительную динамику благодаря росту путешествий и туризма, а также ускоренному развитию бизнеса по всему миру. Увеличение инвестиций в инфраструктуру со стороны региональных правительств и ускорение роста рынка деловых поездок также способствуют росту рынка [2].

К 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, а также таких нестандартных мест, как лобби отеля, рестораны, патио, лужайки и другое;

– доступность информации о потребителе. Социальные сети, мобильные приложения позволяют организаторам получить массу информации об участниках мероприятия (например, демографические характеристики), что 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. MICE-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.

Можно выделить несколько причин столь быстрого развития делового туризма [3].

Во-первых, одной из основных причин необходимости деловых поездок является индивидуальное взаимодействие, создающее поддержку для будущих или существующих отношений. Как правило, это встречи с клиентами, установление новых партнерских отношений.

Во-вторых, деловой туризм – это возможность путешествовать по миру за счет инвестиций компании.

В-третьих, хорошо развита инфраструктура делового туризма (наличие конференц-залов и комнат для переговоров и организации встреч в любом средстве размещения).

В-четвертых, разнообразие бесплатных услуг, предлагаемых отелями, таких, как, например, бесплатный Wi-Fi, электронные устройства для проведения теле- и видео-конференций, а также переговорные комнаты, помогающие людям вести деловую деятельность.

В-пятых, развитие делового туризма во многом обеспечивает приток молодого поколения, совмещающего отдых с деловыми поездками, оптимизирующего свои деловые поездки, используя дополнительное время для личного отпуска.

В-шестых, развитию рынка способствует развитие глобализации бизнеса.

Вместе с тем есть и сдерживающие развитие МІСЕ-туризма факторы. Например, широкое внедрение технологий сдерживает рост рынка, поскольку малые и средние предприятия предпочитают видеоконференции поездкам. Более того, утечка информации из каналов связи, конфиденциальность и риски безопасности также в значительной степени ограничивают глобальный рынок деловых поездок.

Анализ мирового рынка деловых поездок позволяет провести его сегментацию по следующим критериям: предоставляемые услуги, условия организации поездок, приоритеты путешественников и география поездок.

Рынок делового туризма, в зависимости от предоставляемых услуг, можно разделить на следующие сегменты: предоставление транспортных услуг, организация питания и проживания, проведение непосредственно деловых встреч. Ожидается, что индустрия питания и проживания будет расти самыми быстрыми темпами в течение ближайших десяти лет. Этому способствует наличие и рост численности доступных отелей, положительные тенденции онлайн-бронирования, которые снизили стоимость проживания. Сегмент деловых встреч, по прогнозам, также будет значительно развиваться в ближайшее время.

В зависимости от условий организации поездок рынок целесообразно разделить на государственный и корпоративный. По оценкам, в корпоративном сегменте будет самый высокий среднегодовой темп роста за десятилетний период. Этому способствует увеличение числа деловых поездок среди корпоративных клиентов в деловых или профессиональных целях, для участия в конференциях, встречах с клиентами и компаниями.

В зависимости от приоритетов путешественников рынок делового туризма делится на Group-туризм (групповой) и Solo-туризм (индивидуальный). По оценкам, в одиночном сегменте будет самый высокий среднегодовой темп роста в ближайшие 10 лет. Этому способствует необходимость соблюдения конфиденциальности, возможная утечка информации и риск безопасности. Из-за вышеупомянутого беспокойства люди отдают предпочтение индивидуальным деловым поездкам.

В зависимости от географии деловых поездок на глобальном рынке МІСЕ-туризма можно выделить следующие регионы: Северную Америку, Европу, Азиатско-Тихоокеанский регион и остальные страны мира. Азиатско-Тихоокеанский регион является самым обширным рынком деловых поездок в мире благодаря устойчивому экономическому росту. Кроме того, проникновение Интернета и технологий в густонаселенные страны способствует росту рынка. Развитие IT-технологий помогает как путешественникам, так и менеджерам по туризму выполнять различные операции, связанные с деловыми поездками, такие, как, например, планирование, бронирование и обновление с последним статусом их планов поездок.

Таким образом, развитие рынка делового туризма объективно обосновано и необходимо, что подтверждает его положительная динамика. Развитая инфраструктура, внедрение IT-технологий, глобализация мировой экономики положительно влияют на развитие отрасли. В отраслевой структуре делового туризма наиболее перспективным и быстроразвивающимся направлением является индустрия питания и проживания. В организационной структуре рынка МІСЕ-туризма ведущая роль принадлежит корпоративным поездкам. Индивидуальные поездки могут стать важной нишей в деловом туризме. Наиболее перспективным регионом данного рынка является Азиатско-Тихоокеанский регион как самый обширный благодаря устойчивому экономическому росту.

ЛИТЕРАТУРА

1. Борисенко-Клепач, Н. М. Степень готовности туристического рынка Беларуси к внедрению инклюзивных подходов: результаты исследования / Н. М. Борисенко-Клепач, А. Я. Глушакова, С. В. Живалковская ; Белорус. гос. ун-т, СНИЛ «Инновационные технологии в туризме». – Минск : БГУ, 2017. – 35 с.

2. GBTA's VTI Outlook 2020. – Режим доступа: <https://www.gbta.org>. – Дата доступа: 20.04.2023.
 3. Global Business Travel Market Report 2020. – Режим доступа: <https://www.verifiedmarketresearch.com/product/business-travel-market/>. – Дата доступа: 20.04.2023.

УДК 338.2

БЕЗБАРЬЕРНЫЙ ТУРИЗМ: БЕЗГРАНИЧНЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ ДЛЯ ЛЮДЕЙ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

Е. Н. Карчевская, Д. Д. Филончик

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

Рассмотрен безбарьерный туризм как одно из актуальных направлений туристского рынка, изучена структура туризма для маломобильных групп населения, выделены типы барьеров. Представлены результаты степени развития безбарьерного туризма в странах по уровню адаптированности туристской инфраструктуры к использованию людьми с ограниченными возможностями, проведена группировка стран-лидеров безбарьерного туризма, даны рекомендации по повышению конкурентоспособности туристских услуг.

Ключевые слова: безбарьерный туризм, доступный туризм, инклюзивный туризм.

BARRIER-FREE TOURISM: LIMITLESS PERSPECTIVES FOR PEOPLE WITH DISABILITIES

E. N. Karchevskaya, D. D. Filonchik

*Institution Educational “Sukhoi State Technical University of Gomel”,
the Republic of Belarus*

The article considers barrier-free tourism as one of the current areas of the tourism market, studies the structure of tourism for people with limited mobility, and identifies types of barriers. The results of the degree of development of barrier-free tourism in countries according to the level of adaptation of the tourist infrastructure to the use of people with disabilities are presented, the grouping of the leading countries of barrier-free tourism is carried out, recommendations are given to increase the competitiveness of tourism services.

Keywords: barrier-free tourism, accessible tourism, inclusive tourism.

Сегодня безбарьерный туризм выступает одним из актуальных направлений туристского рынка. Но для его обозначения используются разные термины: «инклюзивный туризм» (“inclusive tourism”), «туризм для всех» (“tourism for all”), «социальный туризм» (рис. 1).

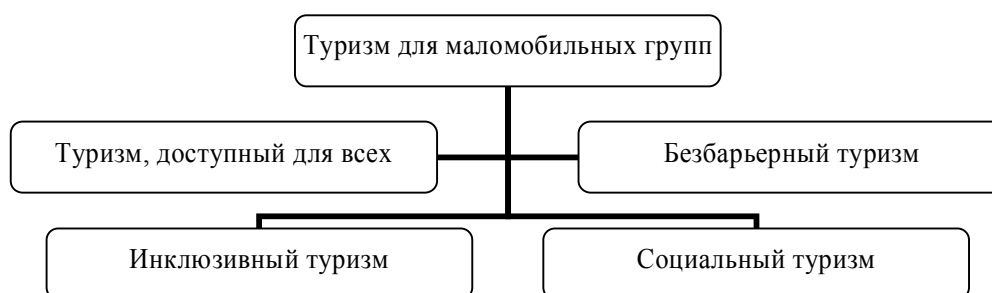


Рис. 1. Структура туризма для маломобильных групп населения