

Äriturism ja konverentsitööstus

Aastal 2004 alustas rahvusvahelistest organisatsioonidest koosnev Joint Meetings Industry Council (JMIC) aktiivselt konverentsitööstuse uue strateegia „Konverentsitööstuse tähtsuse hinnang majandusele” väljatöötamist. Tänapäevaks on projekt saanud otsustavaks ja globaalseks nurgakiviks, et kindlustada konverentsitööstuse aktsepteerimine ja mõistmine kõikide teiste majandussektorite poolt.

Juhtgrupis osalesid: Austraalia, Austria, Kanada, Mehhiko, Lõuna-Aafrika Vabariik, Soome ning Hispaania

Projekti peaeesmärgid olid:

- konverentsitööstuse mõiste defineerimine;
- ülemaailmselt konverentsitööstuse avaliku aktsepteerimise ning mõistmise parandamine;
- konverentsitööstuse sektoris kasutusel olevate definitsioonide rahvusvaheline ühtlustamine;
- konverentsitööstuse majandusliku panuse väärtustamine ja hindamine;
- konverentsitööstuse mõõdikute väljatöötamine hindamiseks valdkonna tähtsust majandusele, rakendades TSA meetodit*.

* Tourism Satellite Account (TSA) meetod: statistiline raamistik turismisektoris, mis mõõdab tooteid ja teenuseid vastavalt rahvusvaheliste üldmõistete normidele, liigitusele ja definitsioonidele. See võimaldab tõest ja järjepidevat võrdlust riikide vahel. Terviklik TSA sisaldab endas turismitööstuse toodangu detailseid arvestusi ning nende seoseid teiste tööstuste, tööhõive, kapitali moodustumise ja turismi lisatava mitterahalise info kohta.

Aastast 2006 on rahvusvaheliselt heaks kiidetud mõiste **Meeting Industry**, mis asendas lühendi MICE (*Meetings, Incentives, Conventions, Exhibitions*). Otsene vaste eesti keeles on konverentsitööstus. See omakorda kätkeb järgmisi mõisteid:

- *Conventions* – konverents ja näitus, kus viimati mainitu võib olla üheks konverentsi osaks (USA definitsioon)
- *Exhibitions* – näitused
- *Incentives* – preemia- või boonusreisid

Äriturism

Konverentsitööstus on äriturismi osa. Äriturism (*Business Tourism*) on mõiste, mis hõlmab kõiki tööga seotud reise, olenemata osalejate arvust. Näiteks: kohtumised äripartneritega, osalemised konverentsidel, seminaridel, koosolekutel, tootetutvustustel jm, välja arvatud osalemised meelelahutus- ja spordiüritustel.

Rob Davidson, konverentsitööstuse üks tuntumaid asjatundjaid, pakub järgmisi definitsioone:

- Business tourism is concerned with people travelling for purposes which are related to their work. As such it represents one of the oldest forms of tourism, man having travelled for this purpose of trade since very early times.
- The terms business travel and business tourism are often used almost interchangeably but there is a qualitative difference between them.
- Business tourism is the broader term which encompasses all aspects of the experience of the business traveller. Furthermore, using the standard interpretation of 'tourist' who stays away from home for at least one night.
- Business travel on the other hand seems to focus particularly on the movement of business travellers (individual or groups) from place 'A' to place 'B'. It also seems to include those who make day trips for business purposes, and are therefore not true 'tourists' in the conventional meaning of the term.
- Individual business travel: comprises the trips made by those whose employment requires them to travel in order to carry out their work. From journalists and politicians to talent-spotters and accident investigators, there is a wide range of jobs that can be done effectively only when those who do them are prepared to accept being away from home and their workplace base regularly as a normal feature of their work.
- Meetings: includes the vast range of events, such as conferences, training seminars, product launches and annual general meetings, that are held by companies and associations in order to facilitate communication with and between their employees, customers, shareholders and members.