



SME - 2.12.2003

Konferenčný cestovný ruch dospel



Autor: Richard Mišík
Hotel For You s.r.o.

HotelForYou 



Konferenčný cestovný ruch dospel

Kongresy, konferencie, zasadania, semináre, prezentácie, incentívy, road-shows, recepcie, výročné oslavy... Táto rozmanitosť pojmov je jedným z dôkazov rýchleho celosvetového rastu odvetvia konferenčného cestovného ruchu (meeting industry) v poslednej štvrtine 20. storočia. Samotné odvetvie dospelo a súčasnosť priniesla nové aspekty, s ktorými sú hotely pri poskytovaní konferenčných priestorov konfrontované.

Skúsenosť osobného stretnutia neohrozená

Nové komunikačné technológie krátku dobu ohrozovali samotnú podstatu konferencií ako možnosti výmeny informácií svojimi nízkymi nákladmi a ľahkou dostupnosťou. Avšak skúsenosť osobného stretnutia, hmatateľnosti prezentovanej veci a viaczmyslovej interakcie zostala neohrozená. Vplyv technológií je v inej oblasti: data projektor sa stal rovnakým štandardom ako bol pred piatimi rokmi spätný projektor, bezkáblové sieťové pripojenie a širokopásmový internet búrajú zasadacie poriadky a dávajú väčšiu možnosť prednášateľom pracovať s priestorom alebo paralelne na viacerých miestach. Vývoj prezentačnej techniky smeruje k trojrozmernému zobrazeniu a stereofónnemu ozvučeniu konferenčných sál.

Okrem použitia nových technológií pri uskutočnení podujatí je to práve internet, ktorého význam ako distribučného kanála výrazne rastie. Nové interaktívne programy dávajú záujemcom možnosť zabezpečiť svoje podujatie bez predchádzajúcej návštevy lokality.

Súčasná citlivá globálna ekonomika si vynútila skrátenie lehoty od prvotného podnetu až po realizáciu. Čas od rezervácie po samotné podujatie je dnes polovičný, ako bol v roku 2000. V prvom polroku 2003 bolo veľa podujatí v dôsledku vojny v Iraku a choroby SARS zrušených. Organizátori podujatí následne hneď po skončení dovolenkového obdobia začali rýchlo organizovať náhradné podujatia, čo sa prejavilo rušným septembrom a októbrom vo viacerých mestách Európy (vrátane Bratislavy). Niektorí organizátori na túto skutočnosť doplatili a rezervačný čas sa opäť pomaly predlžuje.

Konkurencia zvyšuje úroveň

Zvýšený význam má v posledných rokoch otázka bezpečnosti, čoho bolestivým dôkazom je útok na hotel v Jakarte. Hlavne veľké spoločnosti, ktoré často predstavujú symbol ekonomiky svojej materskej krajiny, sú pravdepodobným terčom útokov teroristického alebo demonštračného charakteru. Bezpečnosť mesta a hotela samotného je dôležitým kritériom pri výbere miesta podujatia.

Konkurencia v oblasti konferencií a prezentácií je stále silnejšia, a preto existuje silná potreba realizovať podujatia čoraz nápaditejšie a na vysokej úrovni. Profesionálne agentúry sa stávajú žiadaným sprostredkovateľom alebo konzultantom pri príprave a realizácii. Organizátor je odľahčený od povinností, ktoré nemusia byť jeho silnou stránkou a môže sa koncentrovať na primárny účel podujatia.

Hlavne firmy organizujúce externé (pre zákazníkov, odberateľov) a interné (pre pracovníkov) podujatia používajú analýzy návratnosti podujatia. Často využívané sú stretnutia na konci podujatí (de-briefing),

zistovanie spätnej väzby od účastníkov počas podujatia alebo návratné dotazníky. Výber miesta alebo sprievodný program sú často dôležitejšie ako samotné informácie. Rozpočet určený na konferenčné podujatia je čoraz častejšie koncentrovaný do menšieho počtu podujatí s vyššou kvalitou, z ktorých vysoké percento účastníkov odchádza spokojných.

Podľa tohtoročného výskumu asociácie MPI (Meeting Professionals International) až 47% firiem považuje význam marketingu prostredníctvom podujatí (event marketing) za rastúci oproti 8% firiem s opačným názorom. Hoci na Slovensku nie sú podobné údaje merané, každodenná prax svedčí o tom, že aj slovenské firmy a inštitúcie sú si vedomé významu tejto formy komunikácie a segment konferenčného cestovného ruchu rastie.

Richard Miščík

Obchodný riaditeľ, Radisson SAS Carlton Bratislava

Článok vyšiel v denníku Sme z 2.12.2003, v špecializovanej prílohe Výstavy a kongresový turizmus.