

Otázka: Kongresový a incentivní cestovní ruch

Předmět: Cestovní ruch a průvodcovství

Přidal(a): Kristýna Koutníková

Kongresový a incentivní cestovní ruch

- význam a klasifikace kongresového cestovního ruchu, organizování kongresového cestovního ruchu
- místopis kongresového cestovního ruchu

Kongresový cestovní ruch

význam kongresového cestovního ruchu

- kongresová turistika je specializovaná forma cestovního ruchu, která zahrnuje soubor činností – zaměřených na výměnu vědeckých a odborných poznatků a zkušeností – spojených s cestováním a pobytem lidí v kongresovém místě
- zároveň jde i o nabídku doprovodných programů v rámci kongresu nebo v rámci využití volného času v kongresovém místě
- širší definicí je potom: *‘‘kongresová průmysl’’* (Meeting industry) zahrnuje organizování kongresů, konferencí, seminářů, výstav a veletrhů, ale též incentivní turistiku
- jde o formu cestovního ruchu, která není provozována ve volném čase účastníka cestovního ruchu (je placeno firmou), ale bývá impulzem pro navštívení i ve volném čase
- kongresová turistika je specifickou formou cestovního ruchu, kde hlavním motivem účasti

je předávání nových poznatků, navázání obchodních kontaktů, nalezení řešení problémů v daném oboru nebo setkání s odborníky v dané oblasti

- tato forma turistiky má řadu **specifických rysů**, které vycházejí z její podstaty, jako:
- vysoká úroveň a komplexnost služeb (4* a 5* hotely)
- odborný charakter akcí
- společenské a reprezentativní aspekty akcí - plesy, večírky, charitativní akce, ...
- ekonomická výhodnost
- zavedení jiné sezónnosti než při standardní programaci (vyplňování mimosezón, protože je v pracovní době)
- akce kongresové turistiky jsou realizovány v ubytovacích zařízeních nejvyšší kategorie a jejich součástí je celý komplex turistických služeb (ubytovací, stravovací, doprava výlety, kulturní a společenské akce a další)
- ekonomické efekty akcí kongresové turistiky dokumentuje skutečnost, že na jednotlivé komponenty balíků služeb jsou v této komoditě vydávány nejvyšší částky
- významné akce kongresové turistiky též výrazně přispívají k propagaci politických a ekonomických zájmů města a státu a posilují jejich prestiž a postavení

klasifikace kongresového cestovního ruchu (členění kongresových akcí)

1. kongres

- je formální setkání zpravidla většího množství lidí určitého odborného zaměření, jehož obsahem jsou přednášky, formální a neformální diskuze, konzultace
- výsledky kongresu mají teoretický, vědecký, politický nebo společenský význam
- **základními znaky kongresu jsou:**
- minimální počet účastníků 300
- zastoupení zahraničních účastníků min. 40%
- minimální doba konání 3 dny
- minimální počet účastnických států 5

2. konference

- jsou menší akce (max. 300 účastníků), které zpravidla řeší konkrétní téma
- hlavními body jsou diskuze, hledání faktů a konzultace
- jsou zpravidla kratší než kongresy (trvají max. 3 dny)
- průběh a výsledky jednání bývají obvykle obsaženy v závěrech protokolu nebo usnesení

3. symposium

- setkání úzce specializovaných odborníků, kteří jsou vedeni snahou najít řešení pro konkrétní problém nebo skupinu problémů
- charakteristickým znakem je monotematicnost

4. kolokvium

- je setkání osob zpravidla z akademického prostředí, jehož cílem je odborná výměna názorů a zjištění společenských zájmů
- má tematický a pracovní charakter
- je organizováno nepravidelně.

5. seminář

- setkání nebo série setkání zaměřené na seznámení s aktuálními problémy a úkoly
- ty jsou předmětem praktické nebo teoretické činnosti účastníků

6. výstavy, veletrhy, workshopy

- progresivní skupinou produktů a formami výměny informací i vzájemných obchodních vztahů jsou potom výstavy a veletrhy, komerční prezentace a pracovní setkání tzv. workshopy.

7. incentivní akce

- relativně novým fenoménem na trhu kongresové turistiky jsou akce incentivní turistiky, ty jsou originálně chápány jako motivace a ocenění zaměstnanců, obchodních partnerů a klientů

klasifikace kongresových služeb

- kongresové služby členíme na:
 - **služby související s jednáním**, které zahrnují:
 - zabezpečení a přípravu jednacích prostor
 - zpracování a tisk kongresových materiálů
 - propagaci a poskytování informací o kongresu

- organizační služby před zahájením a v průběhu akce
- tlumočnické a překladatelské služby
- **služby související s pobytem účastníků**, které zahrnují:
 - ubytování účastníků akce a osob, které je doprovázejí
 - stravování účastníků a jejich doprovodu
 - přepřavu účastníků při příjezdu a odjezdu do a z místa konání kongresu
- **ostatní služby**, mezi které patří:
 - recepční služba během konání akce
 - služby průvodců, hostesek
 - směnárenské služby
 - společenské programy
 - doprovodné akce

podmínky pro kongresovou turistiku

- **image destinace**
- pozitivní image je jedním z předpokladů pro úspěšnou kongresovou destinaci a zahrnuje celý komplex politických, ekonomických, kulturních, společenských a bezpečnostních faktorů
- negativní image potom prakticky vyřazuje destinaci ze soutěže o pořádání významných mezinárodních kongresových akcí
- image destinace je možno hodnotit ve dvou rovinách:
 - dlouhodobá image - k faktorům tvořícím dlouhodobě pozitivní image patří politická stabilita a ekonomická vyspělost země, její kulturní a historické tradice, vysoká úroveň poskytovaných služeb a opakovaná organizace významných a mimořádných politických, profesních, kulturních, sportovních a dalších akcí.
 - sezónní image - kladné sezónní image se vytváří zpravidla po úspěšné realizaci jednotlivé mimořádně významné politické, profesní, kulturní anebo sportovní akce, k takovým patří například organizace a pořádání Světových výstav, Olympijských her, Mistrovství světa v populárních sportech, atd., negativní image mohou vyvolat některé mimořádné události jako války a teroristické akce, živelné a ekologické katastrofy, atd.
- **kongresová města**
- na image destinace navazují a významnou roli při realizaci kongresových akcí hrají rovněž města, v nichž se tyto akce konají, pro jejich kategorizaci existuje řadu kritérií
- **místo konání kongresu**

- kongresové služby vyžadují specifické podmínky pro svoji realizaci a místa jejich konání lze rozdělit do několika kategorií:
- kongresová centra – jsou specializovaným místem pořádání kongresů a jsou určena zpravidla pro pořádání velkých akcí, jsou budována a vybavována technologiemi tak, aby zajistila vysoké technické podmínky a maximální komfort pro účastníky kongresů, velikost kongresových center vychází z potřeb a ambic lokality a velikosti potencionálního trhu
- hotely – hotely jako místo pořádání kongresů se liší od kongresových center zejména velikostí konferenčních prostor, jsou zpravidla vhodné pro pořádání středně velkých a menších akcí, kongresový hotel má určité odlišnosti od běžných hotelů, jako místo konání kongresových akcí nabízejí hotely komfort konání pracovních aktivit spolu s ubytováním a stravováním, dále velmi efektivně řeší problémy spojené s dopravou účastníků z místa ubytování do pracovních prostor
- vysoké školy a univerzity – vysoké školy jako místo konání kongresů disponují zpravidla vhodnými konferenčními prostory spojenými s pedagogickým a vědeckým zázemím a dále propůjčují kongresu akademické renomé, určitou nevýhodou je dostupnost kongresových místností v potřebných časových obdobích a zpravidla neexistující ubytovací zázemí
- specifická místa konání – jedná se o prostory a interiéry, které zpravidla slouží jiným účelům a pro kongresové akce jsou používány spíše výjimečně, konání kongresu nebo jeho části v takových prostorech má za cíl navodit potřebnou atmosféru anebo využít místa a jeho symboliky pro zvýraznění akce jako celku nebo jejich jednotlivých prvků, ve specifických místech konání nelze vždy zajistit absolutně dokonalé technické nebo dopravní podmínky pro akci, prestiž a výjimečnost specifického místa však převyšuje vliv ostatních okolností, a proto lze konání v těchto místech označit v řadě případů za motivující, jako příklad pro specifická místa konání v Praze může sloužit – Pražský hrad, Obecní dům, Výstaviště Praha, atd.
- **ubytování**
- hotely v potřebné kvalitě a množství jsou dalším z kritérií při posuzování kongresové destinace a kongresového města, ty jsou využívány k ubytování účastníků kongresu anebo plní současně i funkce místa konání akce
- velmi podstatným faktorem je i umístění hotelů a dalších ubytovacích zařízení ve vztahu k místu konání a jeho dopravní dostupnost
- důraz na kvalitu je jedním z hlavních požadavků na ubytování
- **dopravní dostupnost**
- druhotným motivem účasti na kongresové turistice je poznání města a nejbližšího regionu, kde se akce koná, součástí programu proto bývají společenské akce a místní výlety, proto je důležitá dopravní dostupnost, pro rychlou a snadnou přepravu účastníků kongresu

- **doprovodné akce**
- doprovodné akce je možno členit do následujících skupin:
- společenské večery (společné, firemní, individuální)
- kulturní akce (společné, firemní, individuální)
- program pro doprovázející osoby
- programy před a po kongresové akce

organizování kongresových akcí

1. plánování akcí

- objednavatel kongresové akce – výrobní, obchodní, vzdělávací nebo jiný subjekt – rozhoduje na základě svých koncepcí, plánů a záměrů o věcném obsahu akce, o počtu a struktuře účastníků, termínu a délce trvání a konečně o místě jejího konání
- plánování akce zpravidla řídí a koordinuje přípravný resp. pracovní výbor, pokud takovýto orgán nevzniká potom jeho funkci plní vedení resp. vedoucí pracovník objednavatele kongresové akce
- plánování akce zahrnuje zásadní rozhodnutí o rozpočtu akce a jeho finančním zajištění
- součástí plánování je i rozhodnutí o spolupráci se specializovanou firmou PCO, CTA a její výběr

2. příprava akce

- přípravná fáze akce patří ke klíčovým fázím celého procesu, neboť zde se rozhoduje o zásadních organizačních, logistických a marketingových otázkách
- **tato fáze zpravidla zahrnuje:**
- přípravu odborného programu a zpracování časového plánu akce
- určení místa akce a výběr prostor pro jednání
- zabezpečení dopravních, ubytovacích a stravovacích služeb
- návrhy doprovodných akcí a programů
- přípravu a vytištění materiálů
- propagaci
- podstatnou součástí přípravné fáze je i zpracování cenových kalkulací a dalších finančních rozvah
- jednotlivými body přípravy akce se zabývá na základě jasné stanovené dělby práce objednavatel akce i PCO, CTA
- příkladem nejmodernější spolupráce je realizace akce tzv. *‘na klíč’*, kdy PCO zajišťuje

komplexní služby včetně jejich marketingu -) řídicími faktory jsou potom objednavatelem přesně formulované cíle akce a strukturovaný rozpočet akce

3. realizace akce

- realizaci akce plně zajišťuje PCO, CTA - ten zpravidla vytváří realizační tým, který komplexně řídí celkový průběh akce, do jeho kompetence patří registrace účastníků, ubytování, stravování, místní doprava a doprovodné programy
- podstatným prvkem, který významně ovlivňuje kvalitu akce je vytvoření informačního systému a jeho funkčnost v celém průběhu kongresové akce
- velmi významnou roli sehrává péče o hosty a servis hostesek a informátorů, kteří často rozhodují o konečném dojmu účastníků a jejich názoru na celkovou organizaci a atmosféru kongresové akce
- obsahovou a odbornou část akce řídí pracovníci objednavatele

4. vyhodnocení a vyúčtování akce

- vyhodnocení a vyúčtování akce je velmi podstatnou fází celého průběhu a často rozhoduje o další spolupráci objednavatele a PCO, CTA
- jeho smyslem je zhodnocení celé spolupráce a organizačního a společenského průběhu celé akce
- hodnotí se ekonomické aspekty kongresové akce a vyjasňují se případné sporné nebo nedořešené otázky, operativně řešené v průběhu akce
- obsahová a odborná část nebývá předmětem jednání objednavatele a PCO, CTA

místopis kongresového cestovního ruchu

evropské metropole kongresového cestovního ruchu

- nejvýznamnější: Paříž, Londýn, Brusel, Hannover (největší výstaviště na světě), Miláno
- dále významná: Praha, Budapešť

místa kongresové turistiky v České republice

- Praha (kongresové hotely, kongresové centrum, výstaviště)

- Poděbrady
- zámek Nelahozeves
- lázně Aurora - Třeboň
- Karlovy Vary: Grandhotel Pupp, Hotel Thermal
- kongresové centrum Aldis Hradec Králové
- zámek Židlochovice
- Brno (hotely, výstaviště)

incentivní cestovní ruch

význam incentivního cestovního ruchu

- forma cestovního ruchu, která využívá turismu pro kladnou motivaci zaměstnanců k lepším pracovním výkonům nebo je odměnou
- je zahrnován mezi motivačním nástrojem managementu a může mít náplň rekreační, poznávací nebo vzdělávací
- je součástí kongresového cestovního ruchu

specifické vlastnosti incentivního cestovního ruchu

- výhodná forma nepeněžní odměny
- rodinná a společenská prestiž
- výjimečnost produktu - vysoké nároky na služby a potřeba velké kreativity a originály při tvorbě produktu
- vykryvá propady mezi sezónami - vytváření tzv. minisezón

formy incentivního cestovního ruchu

- zájezd za odměnu (rekreační, relaxační a rehabilitační - wellness pobyty, sportovní, poznávací, ...)
- vzdělávací programy

incentivní program

- je jedinečná a neopakovatelná událost připravená na míru podle požadavků klienta
- program zpravidla obsahuje: pracovní část, zážitkové aktivity, činnosti podporující rozvoj osobnosti a mezilidských vztahů, vzdělávání, relaxaci

využívání extrémních aktivit

- výjimečný zážitek, uvolnění a překonání osobních hranic, např.: Kiteboarding (jezdec je tažen říditelným drakem - kite s využitím boardu, lyží nebo bruslí- voda, led, sníh), Zorbing,

teambuilding

- outdoorový výcvik managerů zaměřený na rozvoj komunikace a spolupráce, posílení týmového ducha nebo zdokonalení vedení týmu lidí

kategorizace incentivních cest

- podle cíle: poznávací, pobytový, relaxační, vzdělávací, ...
- podle počtu: malá skupina (5-30 osob), velká skupina (31-50 osob)
- podle délky akce: cesty bez přenocování, cesty s přenocováním (kratší: 1-3 noci, delší: 4 a více)