

UDC 33

CONGRESS BUREAU AS THE WAY OF CONGRESS TOURISM INCOME OPTIMIZATION IN SOCHI RESORT*Tamara E. Rastegayeva*

Sochi State University for Tourism and Recreation
Sovetskaya street 26a, Sochi city, Krasnodar Krai, 354000, Russia
2nd year PhD student
E-mail: rastegaeva-t@yandex.ru

The article is devoted to congress tourism development in Sochi. The author shows that hosting by congress brings economic and social benefits for city. The title offers analysis of necessary facilities for congresses and informs about convention bureau.

Keywords: Congress tourism, economic effects, facilities, convention bureau.

Конгрессная деятельность признана сегодня в мире одним из самых эффективных механизмов делового информационного взаимодействия, она превратилась в перспективную и динамично развивающуюся отрасль экономики. Связанная с большинством отраслей экономики, имеющая собственную инфраструктуру, материально-техническую базу, конгрессная деятельность является эффективным инструментом стимулирования деятельности ассоциаций, предприятий, научных организаций различных отраслей экономики и органов государственной власти. Именно активная конгрессная деятельность, во всем мире, во многом способствует развитию инфраструктуры городов, преумножению доходов городских бюджетов, повышению имиджа регионов в качестве международных культурных и деловых центров.

Становление конгрессного рынка, как отдельной, специализированной и перспективной отрасли, происходит в настоящий момент и в России. И необходимость этого становления начинает осознаваться как участниками рынка, так органами государственной власти, заинтересованными в социально-экономическом развитии, как отдельных регионов, так и страны в целом.

Большинство участников различных мероприятий конгресс-туризма отдают предпочтение месту проведения в курортном городе, так как возможность плодотворно поработать здесь можно сочетать с отдыхом, с возможностью использования санаторно-курортных, рекреационных ресурсов.

За последнее время число деловых мероприятий, проводимых в Сочи увеличилось в десятки раз. В этой связи на курорте началось развитие индустрии деловых событий.

Конгресс-туризм находится в состоянии развития и с каждым годом становится все более весомым сегментом туристского рынка г. Сочи. Развивать конгрессный туризм очень важно – по этому поводу можно привести ряд как общих, так и частных аргументов:

1. Став конгресс центром, г. Сочи имеет шанс избавиться от проблемы сезонности туристской деятельности, так как, по статистике, основная масса конгрессов приходится на межсезонье.

2. Конгресс туризм требует вовлечения в свою деятельность, а значит и развития более широкой инфраструктуры сопутствующего сервиса (связь, транспорт, бытовые услуги, спортивные комплексы, индустрия развлечений и т. д.)

3. По статистике, конгресс-турист тратит в среднем в три раза больше, чем обычный турист, что существенно повышает доходы региона.

4. Давно отмечено, что известные и престижные конгрессы (в том числе выставки, ярмарки) создают отличную рекламу тем, кто их проводит, что также способствует привлечению дополнительного количества туристов в данный регион.

5. Увеличиваются доходы предприятий размещения за счет сдачи в аренду помещений, оборудования, проведения банкетов, пользование спортивными и лечебными услугами.

По данным Российской ассоциации делового туризма, бизнес-путешественники являются наиболее требовательными при выборе гостиницы. 78 % бизнесменов считают определяющим фактором при выборе отеля его удобное расположение, 67 % – чистоту и комфортность номеров, 55 % – цену за номер, 33 % – дополнительные услуги [1].

Всё вышесказанное позволяет сделать следующие выводы о том, что для развития конгресс-туризма необходимо:

- создание современной гостиничной инфраструктуры, соответствующей международным стандартам, в которой основной удельный вес будет приходиться на 4-звездочные гостиницы типа бизнес-отелей;

- наибольший доход приносят масштабные мероприятия, такие как международные конгрессы и съезды, что требует инициативы, поддержки и непосредственного участия со стороны местных, региональных и федеральных властей;

- по инициативе и финансовой поддержке государства целесообразно создание бюро конгрессов и путешествий, которые бы реализовали политику стимулирования развития конгресс-туризма в городе-курорте Сочи посредством сбора и аккумуляции всей необходимой информации об имеющейся деловой инфраструктуре и индустрии гостеприимства, её предоставление потенциальным клиентам.

Прототипом бюро конгрессов может стать бюро типа CVB. CVB (Convention and Visitor Bureau) – бюро по организации конференций и привлечению гостей; самое распространенное и узнаваемое название зарубежных структур, занимающихся маркетингом дестинации на рынках делового туризма и управлением качеством обслуживания, предоставляемого отдельными предприятиями-партнерами. Впервые это название появилось в 1896 г. в г. Детройте, штат Мичиган, США, когда местные дельцы решили создать агентство, привлекающее конференции в их город. После появления CVB практически в каждом крупном и среднем населенном пункте США, Европейские города также основали подобные структуры (сперва – в Лондоне, Мюнхене, Вене, затем – повсеместно).

По определению исполнительного вице-президента Российской ассоциации делового туризма Ю. Сарапкина, CVB – это «некоммерческие маркетинговые компании, которые представляют и продвигают город, с целью предоставления услуг туристам, приезжающим в данный город с деловой целью».

На наш взгляд выгоды от создания CVB в городе-курорте Сочи могут быть следующими:

- Сочи станет широко известной дестинацией международных конгрессов, крупных конференций, симпозиумов;

- сезон делового туризма в Сочи будет не менее активным, чем сезон курортного летнего отдыха в городе-курорте Сочи;

- Сочи вне сезона будет местом пребывания высоко платежеспособных туристов;

- общая информационная база сети позволить проводить качественный статистический учет и исследовать тенденции спроса и предложения;
- конкурентоспособность Сочи на рынках туризма значительно повысится;
- сфера конгресс-туризма и других секторов туризма станет привлекательной для постоянного и временного трудоустройства молодежи.

Конгресс-туризм достаточно непростой вид бизнеса, и сочинским компаниям необходимо накапливать опыт прогрессивных технологий организации мероприятий высокого уровня и расширять диапазон высококачественных услуг, соответствующих международным стандартам, чтобы обеспечить весь цикл обслуживания мероприятия – от предварительной подготовки конференции до пост событийного обслуживания – и полностью отвечать запросам требовательной и опытной клиентской аудитории, каковой безусловно являются инициаторы конференций, в том числе и иностранные.

Примечания:

1. Чуваткин П.П., Чуваткина О.П. Развитие конгресс-туризма в курортном регионе // Материалы 7-й науч.-практ. конф. г. Сочи, 16–18 мая 2007 г., II том. Сочи: СГУТиКД, 2007. С. 170; Романова Г.М., Боков М.А., Шарафутдинов В.Н. Методические основы расчета интегрированного показателя уровня развития туристского центра мирового уровня (ТЦМР) как основы для разработки стратегии маркетинга // Вестник СГУТиКД. 2008. № 1–2. С. 6–26.

УДК 33

КОНГРЕСС БЮРО КАК СПОСОБ ОПТИМИЗАЦИИ ДОХОДОВ ОТ КОНГРЕСС-ТУРИЗМА В ГОРОДЕ-КУРОРТЕ СОЧИ

Растегаева Тамара Евгеньевна

Сочинский государственный университет туризма и курортного дела
354000, Россия, Краснодарский край, г. Сочи, ул. Советская, 26 а
Аспирант 2 года обучения
E-mail: rastegaeva-t@yandex.ru

Статья рассматривает развитие конгресс-туризма в городе Сочи. Автор показывает, как гостевой туризм приносит экономические преференции городу.

Ключевые слова: конгресс-туризм, экономический эффект, инфраструктура, конгресс-бюро.