

A konferenciák világa

Szerzők: Dr. Faragó Hilda – Karikás Eszter

Bevezetés

A konferenciaturizmus a XX. század második felében komoly iparággá nőtte ki magát. Az ülések gyűjtőfogalmaként a magyar nyelvben a *konferencia turizmust* vagy *kongresszusi turizmust* használjuk, jóllehet a sok elnevezés között maga a konferencia csak az egyik. A kongresszusok, közgyűlések, vitafórumok, szimpóziumok, work shopok stb. mind az ülések egy-egy fajtáját jelentik.

Az utóbbi években megfigyelhető globalizációs folyamat a kongresszusi turizmus piacán is érezteti hatását. Globalizálódás figyelhető meg az egyre inkább felgyorsuló tudományos életben, ahol elengedhetetlen, hogy egyes szakterületek legújabb eredményeiről naprakész információkkal bírjanak a szakemberek. A globalizálódás elérte a gazdasági szférát is, hiszen a multinacionális cégek országhatárokat lépnek át, igényt teremtve nemzetközi szintű vállalati találkozók, illetve vezetői képzések megtartására. - Az euro bevezetésével tovább egyszerűsödik a turizmus, ezen belül a konferenciaturizmus helyzete is. - A politikai globalizálódásra pedig legjobb példa az EU és NATO bővítésre tett lépések, melyek szintén megszámlálhatatlan egyeztető tárgyalással járnak, ami újabb lehetőséget nyújt a konferenciaturizmusnak.

A konferenciák rendezésébe egyre több ország kapcsolódik be, ugyanis a konferenciaturista igen jó pénzköltő, megbecsült vendég. A nemzetközi kimutatások az átlag turista költségének három-négyszereséről beszélnek, a magyarországi felmérések szerint a szorzószám nálunk inkább 6-8-szoros.

A konferencia résztvevőkre általánosságban jellemző, hogy nívós szolgáltatásokat vesznek igénybe, presztízsfogyasztók. Ennek persze az is oka, hogy számlájukat majdnem minden esetben vállalatuk, a küldő intézmény, hivatal, cég, vagy a szponzoruk fizeti.

A konferenciák csoportosítása

A konferenciákról a hivatásturizmus részeként beszélünk, hiszen a részvétel munkaidőben és nem saját zsebre történik. A szakmai zsargon a szolgáltatásbeli hasonlóságok miatt együtt kezeli az üzleti meetingeket, incentiv utazásokat, kongresszusokat és kiállításokat a mára már elterjedt MICE Market kifejezéssel, amely mozaikszó a Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions szavak kezdőbetűit takarja.

A hivatásturizmus az egész turisztikai ipar legdinamikusabban fejlődő ágazata. A piac igen széles, felső határait egyelőre nem ismerjük, csak becslések vannak arról, hogy mennyi még a piac tartaléka vagy esetleg a rohamosan terjedő interaktív kommunikációs eszközök mennyi teret hódítanak el.

Az üléseket két nagy csoportra oszthatjuk:

(a) szervezetek, egyesületek ülései

(b) testületi ülések (corporate meetings)

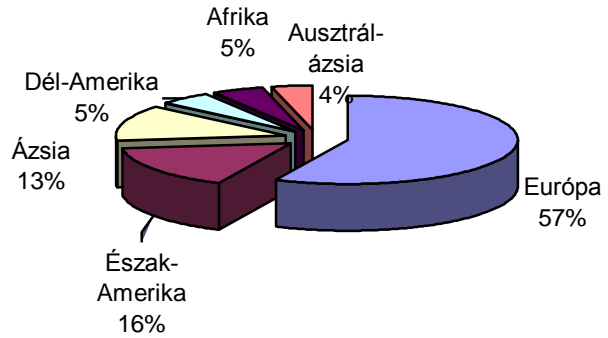
Az első csoportba tartoznak a nemzetközi kormányközi szervezetek, a nemzetközi nem kormányközi szervezetek és non-profit szövetségek, a nemzetközi vallási jellegű egyesületek és politikai szervezetek, a szövetségi és kormány testületek, valamint természetesen az ilyen jellegű hazai testületek ülései.

A több mint 50 ezer nemzetközi szervezet zömében a XIX. és a XX. században alakult ki, s számuk az utóbbi 10 évben megduplázódott, azaz egy évtized alatt 25 ezer új nemzetközi szervezet alakult a világban.

A második csoport gyűjtőfogalom: a nagy bel- és külföldi iroda- és egyéb hálózattal rendelkező gazdálkodó cégek rendszeres vagy eseti értekezleteit és összejöveteleit értjük alatta, azaz például a vállalati közgyűléseket, eladói szemináriumokat, termékbemutatókat, oktató- és tréningprogramokat, de például a részvényesek és az igazgatók éves közgyűlését is.

Nemzetközi trend és statisztikák

A konferenciák és kongresszusok területén Európa a világ vezető desztinációja. Évente mintegy négy millió fő vesz részt kb. négyezer ülésen, aminek 80 %-a 50 főnél kisebb hazai konferencia. A vizsgált



Forrás: UIA

országokban 270 legalább 300 fő befogadására alkalmas konferencia központ van. Az ülések tartalmát illetően növekszik a tudományos és technikai témájú ülések iránti érdeklődés.

A kiállítások és vásárok világát is Európa határozza meg, itt realizálódik a „világpiac” 70-80 százaléka. Egyértelműen látszik a konferenciák és a kiállítások konvergenciája: szinte nincs konferencia egy kísérő kiállítás, trade show nélkül, és ugyanez igaz fordítva is, mert a kiállításokat rendre szemináriumok, szakmai konferenciák kísérik.

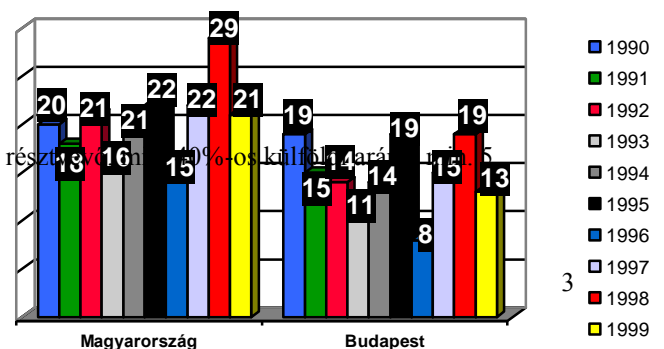
Nagy verseny van az országok és városok között, ki tudja a legjobb feltételeket nyújtani ahhoz, hogy a világ konferencia tortájából minél nagyobb szeletet vághasson magának. Ádáz versenyt vív Párizs, London, Brüsszel és Bécs a városok közötti elsőségért, és évente módosul az országok rangsora is.

A Nemzetközi Szervezetek Szövetsége, az UIA évente elkészíti – meghatározott kritériumok alapján¹ – a top listát, hogy mely országokban és városokban tartották a legtöbb nemzetközi ülést.

Évek óta az élen nem történt változás az országok tekintetében, a legtöbb ülést az USA-ban rendezik (az egész piac 7-8 %-kát birtokolja), a második helyen Franciaország áll, majd Nagy Britannia, s évente változó módon, de általában Németország és Olaszország következik.

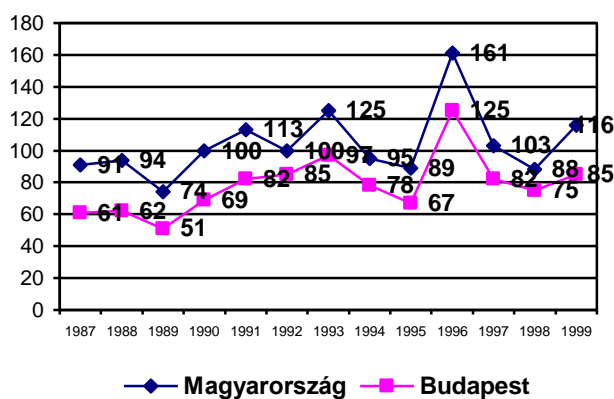
Magyarország a nyolcvanas évek közepétől a húszas élmzőnyben volt,

¹ Az UIA (Union of Int'l Associations) kritériumai: min. 300 résztvevő, 10%-os kiállítás, 4 nap nemzetiség, min. 3 nap



ami országunk nagyságát illetően óriási eredmény, hiszen olyan országokat hagytunk magunk mögött, mint Portugália, Lengyelország vagy Dél-Afrika. 1999-re pozíciánk – zömében az elégtelen üléselési kapacitás miatt – meggyengült és a 21. helyre szorultunk vissza.

Lássuk, hány nemzetközi konferenciát rendeztek Magyarországon, illetve Budapesten az elmúlt években:



Forrás: UIA

különbség az országos és a budapesti adatok között, azaz mennyire egyvárosú ország vagyunk a kongresszusok szempontjából. Jelen esetben ez nem a vidéki tudományos intézményeket (egyetemeket és klinikákat) és szakembereket minősíti, hanem az odajutás nehézségeire, az elégtelen szállás- és üléselési kapacitásra mutat rá.

A városok listája ugyancsak érdekes képet mutat. Itt Budapest a különböző módon összeállított listák mindegyikében az első húsz között szerepel, Párizs, Brüsszel, Bécs és London után, de a Konferenciaszervezők Nemzetközi Szövetségének (ICCA) adatai szerint (az adatszolgáltatás kritériumai ennél a szervezetnél mások, mint a korábban említett²) például 1999-ben az ötödikek voltunk a világban. Az UIA kritériumai szerint ugyanebben az évben Budapest a 13. helyen állt, ugyancsak előkelő helyezést érve el a nemzetközi nagy városok rangsorában.

Mivel a konferenciaszervezés fiatal ágazat, még nem alakult ki megfelelő statisztikai mutató rendszere. Kevés a megbízható felmérés és viták vannak a mérési

² ICCA (Int'l Congress and Convention Associations) kritériumai: min. 50 résztvevő, időszakos és rendszeres, min. 3 országban felváltva megrendezésre kerülő nemzetközi ülések

módszerekről, - mint azt a fent említett két nemzetközi statisztikai számbavételi módszer különbözősége is jól szemléltet. - A számok trendjei azonban azonosak és magukért beszélnek.

A konferenciák gyakorisága

A nemzetközi szervezetek

45,5 % évente ülésezik (közgyűlés, kongresszus),

24,8 % kétévente tart összejövotelt,

13,8 % pedig minden harmadik évben találkozik.

Az ülések gyakorisága függ a szervezet nagyságától és jellegétől is, hogy milyen gyakran vannak az adott ágazatnak új témái, megbeszélésre érdemes újdonságai és eredményei. A tagok igénylik az egymással való folyamatos kontaktus személyes formáját.

A nemzetközi szervezetek túlnyomó többsége, 88 % rendszeres időközönként ülésezik, ezt általában az alapszabály írja elő.

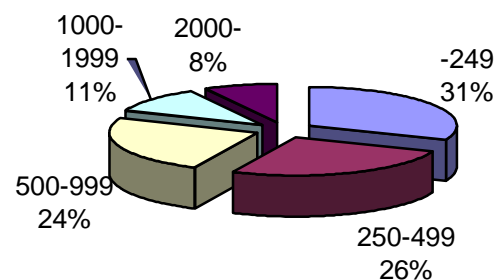
Ez azt is jelenti, hogy ezek az ülések jól tervezhetők, évekre előre ismeretes a közgyűlés és más munkafórumok dátuma. Hatalmas a piac, nagyok a lehetőségek.

A konferenciák nagysága, a létszám

A gyakoriság mellett fontos mutató az ülés nagysága, azaz a résztvevők száma. A különböző befogadóképességű üléstermek kihasználtságát az üzemeltetők optimális szinten akarják tartani, a berendezést a leggyakoribb módozatra kialakítani.

A felmérések azt mutatják, hogy 1999-ben a nemzetközi konferenciák 31 % -án 250 főnél kevesebben vettek részt, sőt 26 % -án is csak 250-499 fő közötti a létszám, 24 % -án 500-999 fő a megjelentek száma.

Csak az összes ülés 11 % -án regisztráltak 1000-nél több, de 2000-nél kevesebb résztvevőt, és csak a konferenciák 8 % -án



Forrás: ICCA

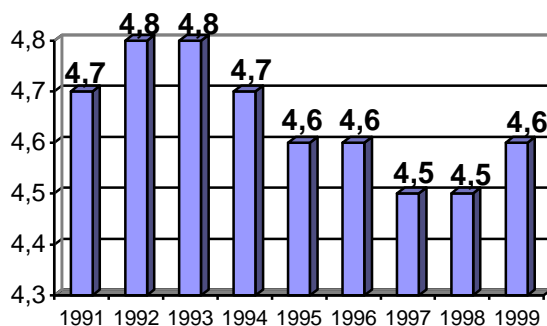
vett részt 2000 főnél több.

Összességében az átlagos részvételi szám növekvő tendenciát mutat, abszolút számokban az amerikai kontinensen például magasabb, mint Európában. Magyarországon 1998-ban több mint ötvenezen vettek részt nemzetközi üléseken, míg Ausztriában ennek közel dupláját regisztrálták.

A konferenciák időtartama

1999-ben az ülések átlagos hossza a világban 4,5 nap volt, míg 1992-ben 4,8.

Jelenlegi tapasztalataink szerint általában rövidül az ülések időtartama és igen

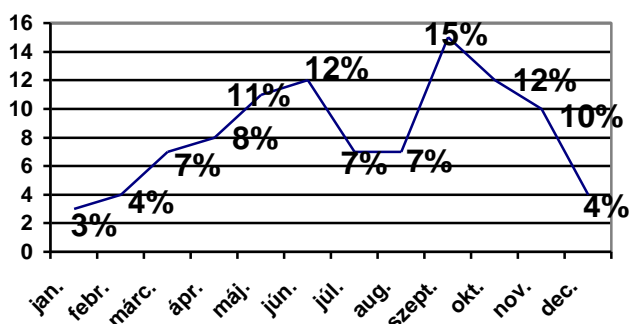


gyakran magukban foglalják a hétfégi pihenőnapokat is. Ennek egyik oka az, hogy a résztvevők nem tudnak, és nem akarnak túl sokat távol lenni munkahelyükről, a másik ok pedig a vezető légitársaságok árpolitikájában keresendő.

Forrás: ICCA

A konferenciák szezonálitása

A hivatásturizmussal kapcsolatos utazások nem korlátozódnak a klasszikus turisztikai szezonokra, sőt, az ülések az esetek többségében kerülnek a szabadságolási időszakokba.



Forrás: UIA

A legkedveltebb időpontok a szeptember, a június, a május és az október, e hónapokat az augusztus és július követik.

A szezonálitásnak ez a képe igen kedvező a turisztikai szakma számára, hiszen egyenletesebbé teszi a közlekedési és szállás kapacitások kihasználtságát, és folyamatosan leköti a

szakmában dolgozó munkaerőt.

A konferenciák helyszíne

Az ülésezés helyszíne mindig gondos kiválasztás eredménye, hiszen a környezet és a berendezés jelentősen befolyásolja a munkát, annak eredményességét.

Itt nem csak az ár, hanem a megközelíthetőség, a kényelem és a technikai felszereltség (tolmácsolási lehetőség, termék száma, hangosítás, vetítési, fénymásolási, tv-közvetítési lehetőségek stb.) is fontos tényezőnek és döntési elemnek számítanak.

A világban akkora a kínálat, hogy az egész világ versenyben áll egymással, minden helyszín minden helyszínnek konkurense.

A meetingek 55 %-a kongresszusi központban,

24 %-a szállodában,

17 %-a egyetemeken kerül megrendezésre,

de vannak egyéb helyszínek is (cégek székháza, sportcsarnok, stadion, átalakított gyárépület és megannyi más variáció, amit esetleg a téma indukál).

Az európai kontinens adatai a fentitől eltérő arányokat mutatnak. Kongresszusi központban ülésezik 52 %, szállodában 21 %, egyetemeken ugyancsak 21 % és egyéb helyszíneken 6 %. Az egyetemek és klinikák évről-évre népszerűbb helyszínekké válnak.

A konferenciák előkészületi ideje

Mint említettük, a nemzetközi szervezetek előre meghatározott menetrend szerint tartják összejöveteleiket. Ezt általában az alapszabályban is rögzítik, mert a közgyűlések például tisztségválasztó munkaülések, ahol időről időre újraválasztják a határozott időtartamra választott elnökséget vagy vezetőséget, tehát rendszeres időközönként ülést kell tartani.

Az ülések

40 %-át 2-3 évvel korábban,

35 %-át 1-2 évvel előre,

14 %-át négy évvel előbb

döntik el, egyben meghatározva a következő helyszínt és időpontot is. De azok a szervezetek például, amelyek ülései iránt létszám vagy presztízs okok miatt „nagy a kereslet”, már 8-10 évvel korábban döntenek rendezvényeikről.

A konferenciák helyszínéről döntést hozók

A legtöbb kérdésben a szervezetek igazgatótanácsa vagy közgyűlése szavaz. Nincs ez másként az üléseket illető kérdésekben sem.

Hogy legközelebb hol és mikor fog a szervezet találkozni, azt a leggyakrabban, az esetek felében a vezetőség, 24 %-ban a legszélesebb fórum, a közgyűlés, de 10%-ban maga az elnök dönti el.

A döntéshozó személy/ek ismerete az ülések pályázóinak fontos, mert egyáltalán nem mindegy, hogy egy szűk grémiumot kell-e meggyőzni, vagy egy hatásos prezentációt kell tartani sok száz ember előtt.

A konferenciák gazdasági haszna

A konferenciák gazdasági hasznát sokféle szempontból ki lehet mutatni. De van emellett egy másik fontos tényező, a közvetett hatás.

Tudományos szempontból

A definíció szerint a tudomány nemzetek feletti. Az információk határokon átívelő szabad áramlása rendkívül fontos a tudósoknak. Tudományos információhoz lehet jutni könyvekből, folyóiratokból, videofilmekről és az Internetről is. De a tudományos információk természetéhez a kétirányú kommunikáció tartozik. A viták, a meggyőzések, a bizonyítások. Emiatt nem lehet helyettesíteni az emberi kapcsolatokat, szükség van a professzori látogatásokra, a diákok cseréjére, két kutató gondolatainak összeérésére.

Ha valaki fel akarná kutatni a legeredetibb gondolatok felvetésének helyszínét,

meglepő módon a kongresszusi központok kávézóinak egyébként kihalt sarkában találná magát.

Kereskedelmi szempontból

Ugyanez érvényes a kereskedelem világára is. Az üzletelés elképzelhetetlen személyes kapcsolatok nélkül. Az üzleti célú konferenciák gyakran továbbképző helyekké válnak, ahol hosszú távú kapcsolatok eresztenek gyökeret.

A nemzetközi kongresszusok az ország marketing szempontjából is egyedülálló lehetőséget jelentenek az imázs építésre. Az elégedett konferencia turista az ország fogadott nagykövete lesz. Az az ország, ahol nem rendeznek nemzetközi üléseket, szürke ponttá válik a térképen. Kiesik a köztudatból.

Turisztikai szempontból

A konferenciák előtt és után az elő- és utókongresszusi túrák széles választékából válogathatnak a delegátusok. De ennél is fontosabb, hogy a résztvevő visszatér családjával egy nyaralásra, egy felfedező túrára, ha megtetszett neki mindaz, amiből csak kis kóstolót kapott.

A konferenciák alatti kirándulások következetesen elkerülik a tömegturizmus által kedvelt és látogatott helyeket, hogy a terület egy másik, sokszor értékesebb arcát fedezhessék fel. Így kerülnek be a legkönnyebben a nemzetközi köztudatba a szinte elfelejtett értékek, az igazi kincsek.

A delegátusok kiadásainak vizsgálatát általában nemzetközi szervezetek végzik el, hosszabb távon, hogy a tendenciák markánsan legyenek érzékelhetőek.

A legutolsó felmérésen a Kongresszusi Irodák Nemzetközi Szövetsége 1995-1997-ben, azaz három évig dolgozott 26 ország 99 idegenforgalmi hivatalának segítségével. Az eredmények azt mutatják, hogy a csökkenő tartózkodás mellett is növekszik a delegátusok kiadása, s ugyanígy a vendéglátásukra fordított támogatás és szponzori költség is. A 3-4 napos ülések kiadásaihoz a szponzoroktól 400-700.000 USD támogatás járul, az átlag rendezvényenként 130.537 USD volt. Az ICCA statisztika 1999-ben a nemzetközi ülések regisztrációs díját átlagosan 458 USD-ban határozta

meg, amely átlagosan 316.159 USD bevételt eredményezett ülésenként, csak a regisztrációs díjakat számítva.

A legjobb bevételeket a kiállítások, illetve a kiállítással összekapcsolt konferenciák jelentik. Nem ritka az, amikor maga a konferencia nem igazán nyereséges, viszont a kiállítás azzá teszi. Ugyanis az adott tudománnyal, szakmával összefüggő berendezések, eszközök gyártói és szolgáltatói a konferenciákon olyan kört tudnak megcélózni, ami más marketing eszközzel (például hirdetés) sokkal költségesebb, és kevésbé hatékony lenne.

Ne feledjük a konferenciák desztinációs hatását. Tehát egy ülés nem csak a szervezőnek, vagy a szállodának üzlet, hanem üzletet jelent sok-sok közreműködőnek, és az adóbevételek miatt – nem elhanyagolható módon – az adott városnak.

Magyarország és a rendezvények

A közép-európai városok körében divatos szlogen azt hangsúlyozni, hogy az adott város milyen fontos szerepet játszik a kelet-nyugati kapcsolatokban. Budapest esetében évek óta hangsúlyozzuk azt, hogy a földrajzi fekvés és az ország nyitottsága fontos előfeltétel ahhoz, hogy a „híd szerep” esetünkben ne csak üres szólam legyen.

A konferenciák világában elismert tény, hogy ez a kis ország milyen nagy dolgokra képes. Az ideutazók körében az elmúlt évtizedben lényeges változást tapasztaltunk: az ideutazók négy százaléka jön üzleti céllal, fellendült az üzleti- és konferenciaturizmus.

Magyarországon a legnagyobb létszámú konferenciák elsősorban tudományos jellegűek. A rendezvények mintegy 25 százalékát az orvostudomány területén rendezik, de a nemzetközi gazdasági, pénzügyi, biztosítási üzletágak konferenciaigénye is jelentős.

Eddig átlagosan 2-3 évente rendeztünk egy-egy *megarendezvényt*, azaz több ezres létszámú világkonferenciát, különben az ülések zöme 100-300 fővel kerül

megrendezésre, ami megfelel a nemzetközi tendenciáknak. A szállodai kapacitás, a szervezők száma és tudása lehetővé tette sokkal több nagyrendezvényt is. A legközelebbi megrendezés, a 38. Európai Diabetes Konferencia 2002. szeptember 1.- 5. között kerül megrendezésre, melyre – számítások szerint - 10.000 résztvevő érkezik hazánkba.

A szakemberek kiváló példák sorait látják, miként mozdult meg a vidék, milyen – a közeljövőben remélhetőleg megvalósuló – tervek vannak kihasználatlanul álló színház, művelődési ház profi konferencia helyszínévé való alakítására, vagy új épület un. zöldmezős beruházására. A vidéki kezdeményezések egyik örvendetes példája, a közelmúltban megalakult Sopron Konferencia Iroda, amely segíti a helyi turisztikai vállalkozók mind aktívabb részvételét a magyarországi konferenciák elnyerésében és megrendezésében.

Budapesten egy befektetői csoport terveit között szerepel egy új városrész, és azon belül egy nagy befogadóképességű új kongresszusi központ építése. A fővárosban jelenleg is nagy számban folynak szállodai beruházások és rekonstrukciók, aminek eredményeképpen hosszútávon nem lesz gond akár több, párhuzamos konferencia megrendezésével sem.

Összefoglalás

A konferenciák mozgalmas világot jelentenek, és Magyarország jól mozog ezen a területen. A turizmus ezen ágazata dinamikusan fejlődik és továbblépésünknek egyrészt a települések gyors megközelíthetősége (vidéki repülőterek és autópályák), valamint a kapacitás hiánya szab határt. Szinte minden szakmában, de különösen az orvostudomány területén nagy érdeklődés mutatkozik a magyarországi rendezvények iránt, az ülések jól tervezhetők és hosszú távra előre kiszámíthatók.

Az új évezredben a Magyar Turizmus Rt. kiemelt termékként kezeli a kongresszusi turizmust, amit az is jelez, hogy működteti a Magyar Kongresszusi Irodát és a nemzeti turisztikai marketing szerves részeként kezeli az ágazatot.

Az Rt. arra ösztönzi tulajdonosát, a Gazdasági Minisztériumot, hogy anyagi

eszközökkel segítse a kongresszusokhoz szükséges infrastruktúra fejlesztését. Ebbe beletartoznak a vidéki repülőterek fejlesztési kérdései, az épülő kongresszusi központok támogatása, a nemzetközi szervezetek üléseinek magyarországi rendezési jogát megpályázók utazásainak támogatása, valamint az egyes nagyrendezvényeknél az állami szerepvállalás erősítése.

Az ország iránt megnyilvánuló tudományos, politikai, gazdasági érdeklődést jó színvonalon megrendezett, kifogástalan környezetű konferenciák szervezésével kell kielégítenünk. A kongresszusok előnyösen befolyásolják a szezonalitást, a delegátusok magas átlagköltsége miatt a turisztikai és egyéb adóbevételeket, valamint hozzájárulnak a pozitív országhétköz.

Célunk, hogy a turisztikai vállalkozások mind több nemzetközi konferencia megrendezésében vegyenek részt. Célunk továbbá az örömdetesesen bővülő, jó színvonalú ülésezési kapacitás piacra vitelének segítése, a konferenciák szervezésének a turizmus látókörébe való terelése, valamint a nemzetközi hírhallatás erősítése.