

PODMÍNKY PRO ROZVOJ KONGRESOVÉHO TURISMU V MORAVSKOSLEZSKÉM KRAJI

OPTIONS FOR DEVELOPMENT OF CONGRESS TOURISM IN THE MORAVIAN SILESIAN REGION

ING. MIROSLAVA KOSTKOVÁ PH.D.

ING. MILENA BOTLÍKOVÁ

Katedra cestovního ruchu | *Department of Tourism*
Obchodn podnikatelská fakulta v Karviné | *School of Business Administration*
Slezská Univerzita v Opav | *Silesian University*
✉ *Univerzitní nám. 1934/3, 733 40 Karviná, Czech Republic*
E-mail: kostkoval@opf.slu.cz, botlikova@opf.slu.cz

Anotace

Kongresový cestovní ruch p edstavuje relativn novou a z hlediska ekonomiky významnou formu cestovního ruchu. ánek pojednává o p edpokladech, p íležitostech a rozvoji kongresové turistiky regionu Severní Moravy a Slezska. Cílem p ísp vku je na základ analýzy statistických údaj eských a sv tových institucí a prost ednictvím komparace uvést možné vývojové trendy a p íležitosti pro rozvoj kongresového turismu. Výsledkem jsou záv ry, které zd raz ují jeho rostoucí význam a p íležitosti v oblasti regionálního rozvoje a cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji.

Klí ová slova

kongresový cestovní ruch, Moravskoslezský kraj, p edpoklady rozvoje cestovního ruchu v regionu

Annotation

Congress tourism is relatively new and in terms of economy important form of tourism. The article discusses the assumptions, opportunities and development of congress tourism in the Moravian Silesian region. The aim of this paper is to analyze statistical data from the Czech and world institutions and on the base of comparison to indicate the possible trends and opportunities, which is developed congress tourism. Resulting conclusion highlights the growing meaning of congress tourism in the field of regional development and tourism in the Moravian Silesian region.

Key words

congress tourism, Moravian Silesian Region, options of the regional tourism development

JEL classification: M21

Úvod

Kongresový cestovní ruch p edstavuje formu cestovního ruchu, podstatou které je vým na v deckých a odborných informací a poznatk , spojena s poznáváním daného regionu a nabídkou doprovodných akcí. Je pokládán za nejresistentn í část cestovního ruchu, na jehoí rozvoji se dlouho neprojevoval výrazným zp sobem ekonomický tlak, i zm ny devizových kurs . Ro n se jej ve sv t zú ast uje v pr m ru 4,5 mil. ú astník , p es 50 % z nich zamí í do Evropy (ertík, 2001). Hlavním motivem je p edávání nových poznatk , navázání obchodních kontakt , nalezení e-ení problém v daném oboru, nebo setkávání odborník ur ité oblasti.

Stále více si uvědomujeme výhody, plynoucí z pořádání kongresových akcí, které znamenají pro region zvýšení daňových příjmů, zaměstnanosti a návratnosti daného místa, nebo spokojení účastníků kongresových akcí se vracejí jako turisté.

Představuje poměrně novou a z hlediska ekonomiky významnou formu cestovního ruchu, která je předmětem zájmu a zkoumání. Na základě analýzy trendů, statistických údajů a srovnání institucí a komparace lze uvést možné vývojové trendy a předpoklady pro rozvoj kongresového turismu regionu Severní Moravy a Slezska. Výsledkem jsou závěry, které zdůrazní jeho rostoucí význam v oblasti cestovního ruchu a regionálního rozvoje v Moravskoslezském kraji. Příspěvek byl zpracován v rámci Interního institucionálního projektu ISIP 2014 SU OPF.

1. Cíl a metody - vymezení a funkce kongresového cestovního ruchu

Kongresový turismus prochází procesem změny kvantitativních a také kvalitativních. Za posledních 50 let se počet kongresů a konferencí zvýšil tisícinásobně, ale počet účastníků na jednu akci se stále snižuje (podle ICCA v 60. letech se počet účastníků pohyboval kolem 1200, dnes je to v průměru 424 delegátů na 1 kongres).

Dochází k přenosu v domostí a znalostí do praxe, díky čemuž tato forma cestovního ruchu hraje v současné době významnou roli (Schreiber, 2002). Kongresový cestovní ruch (Meeting industry, kongresový průmysl) je jedna ze složek MICE (Meetings, Incentives, Conference and Exhibitions/Events). V současnosti se do MICE akcí přidávají také akce incentivního, veletržního a teambuildingového charakteru.

SÚ vymezuje kongres/konferenci jako šformální setkání v určitém počtu lidí (od 100 osob) určitého odborného zaměření, jehož předmětem jsou prezentace, přednášky, diskuse a konzultace. Měle se jednat o sjezd vdeckých pracovníků, shromáždění diplomatických zástupců jednotlivých států apod. Typickým znakem kongresu/konference je doprovodný program (bývá spojen s exkurzemi, kulturním a společenským programem a gastronomickými akcemi).

Kongresový cestovní ruch podle Oričky (2003) plní ve vztahu k jednotlivci i ke společnosti několik klíčových funkcí. Mezi nejdůležitější lze zařadit funkci vdecko-informační, kulturně-poznávací, ekonomickou a v neposlední řadě kongresový cestovní ruch působí i jako významný faktor regionálního rozvoje. Důvodů účastí na konferenci podle Williama Cuttinga (Orička, 2003) jsou:

- Vzdělávání a osvojení znalostí,
- inspirace a nové nápady a setkávání s vedoucími postavami z oboru,
- benchmarking a srovnání vlastní úrovně s ostatními,
- prezentace a možnost dát o sobě vědět svému,
- společenská část a setkávání lidí různých kultur.

Kongresový cestovní ruch má také ekonomický význam, lze jej považovat za generátor finančních zisků, za tvorbu pracovních příležitostí, efekt přímého obrátu indikuje řadu dalších doplňkových služeb, které jsou s pořádáním kongresů, veletrhů a podobných akcí spjaty. Pro mnoho, v němž se kongres koná, to znamená značný příjem do rozpočtu.

Adí se k ekonomicky nejproduktivnějším formám cestovního ruchu. Průměrná útrata účastníka kongresu, konference nebo výstavy bývá mnohem vyšší, než útrata běžného turistu. Vyžaduje ale široký okruh služeb a aktivní přístup celého regionu. Ekonomický význam kongresového cestovního ruchu zdůrazňuje také Indrová (2007):

- Dochází k plnění specifických pracovních povinností, účast na něm je v rámci pracovní doby,
- účast je hrazena zaměstnavatelem,
- výdaje účastníků jsou 2-3krát vyšší než u jiných forem cestovního ruchu (podle CzechTourismu průměrná útrata na jednoho účastníka se v Praze pohybuje kolem 6 500 až 10 000 Kč),
- konzumují se specifické služby vyššího standardu, obvykle komplexní balíčky služeb,
- má specifickou infrastrukturu,
- má specifickou sezónu (nejčastěji jaro, podzim),

- realizace p eváfn ve velkých m stech,
- má kladný vliv na propagaci a pozitivní image destinace.

Má specifickou sezonalitu - p íspívá ke zvý-ení náv-t vnosti v obdobích, která jinak nejsou vyuffita pro klasické formy cestovního ruchu. V t-ina kongres se koná mimo sezónu, takže dochází k potla ení sezónnosti, p ínosem je rovnom rné vytížení disponibilních kapacit.

Stát si po ádáním velkých mezinárodních kongres rovn fl upev uje svou prestiž. Profesionálové kongresové a konferen ní turistiky se shodují, že jde o jedno z nejrychleji se rozvíjejících odvtví cestovního ruchu. O velké kongresy sout flí m sta a regiony z celého sv ta, podobn jako o právo po ádat olympijské hry a dal-í velké, svými synergiami pro zem a regiony komer n p ínosné události.

V esku je kongresový cestovní ruch rozvíjen p edev-ím ve v t-ích m stech. V rámci celé eské republiky v-ak není potenciál kongresového cestovního ruchu dostate n vyuffit. Vzhledem k trendu snižování po tu ú astník je možné vyuffit i men-ích st edisek, která se mohou vyprofilovat jako místní kongresová centra. Tato profilace v-ak vyžaduje investice do infrastruktury a lidských zdroj (Václavíková et al., 2012).

2. Statistické vykazování kongresové turistiky

Postavení jednotlivých zemí, resp. m st na poli kongresového cestovního ruchu vychází z mezinárodních statistik UIA (Union of International Associations) a ICCA (International Congress & Convention Association). Smyslem získávání a zpracování statistických informací je poznání, hledání tendencí ve vývoji a jejich vyuffití v praxi.

Kongresové odd lení UIA se jifl ádu let zabývá systematickým sb rem informací o kongresovém cestovním ruchu, které se objevují v Ro ence mezinárodních po adatel (Yearbook of International Organizers) a v Mezinárodním kongresovém kalendá i (International Congress Calendar). Na jejich základ lze vytvá et analýzy a prognózy dal-ího vývoje.

Podle UIA 50 % v-ech kongres se odehrává v deseti zemích, které si na trhu kongresového cestovního ruchu udržují stabilní pozici (Singapur, Japonsko, USA, Belgie, Jiflní Korea, Francie, Rakousko, Třpan lsko, N mecko a Austrálie). Podle ICCA mezi TOP 10 nejvýznamn j-ích kongresových m st v roce 2012 pat il Singapur, Brusel, Víde , Pa ífl, Soul, Tokio, Barcelona, Koda , Madrid a Londýn.

Dle údaj ICCA po et mezinárodních setkání za posledních 50 let celosv tov roste. Od roku 1963 roste meziro n po et t chto akcí v pr m ru o 10 %, z ehofl vyplývá, že po et takových setkání se každých 10 let více neff zdvojnásobí. fieb í ku TOP 10 zemí v po tu po ádaných mezinárodních setkání (podle SÚ) dlouhodob vévodí Spojené státy americké s po tem 4 277 uspo ádaných setkání v období 200862012. Dále v po adí je N mecko (3 091), Třpan lsko (2 523), Spojené království (2 381), Francie (2 338), Itálie (2 199), ína (1 685), Japonsko (1 591), Brazílie (1 534) a Nizozemsko (1 489).

Podle Beránka z Magconculting (2013) na poli kongresového cestovního ruchu zatím vévodí Evropa, v t-ina kongres , seminá a dal-ích setkání se odehrává (a do budoucna lze o ekávat, že se bude odehrávat) v západní ásti evropského kontinentu, pozoruje se v-ak vzestup asijských zemí.

3. Podmínky kongresové turistiky v eské republice

Postavení eské republiky na trhu kongresového cestovního ruchu se po nedávném oslabení v roce 2008 zlep-uje. eská republika se t -í stabilnímu zájmu kongresového turismu, v roce 2012 se po tem akcí umístila na 31. míst ve sv t . Podíl eské republiky na sv tovém kongresovém cestovním ruchu v-ak nedosahuje ani 1 %. Naproti tomu Praha se v roce 1999 navrátila mezi prvních dvacet

nejvýznamn jích m st, v roce 2011 byla podle ICCA na 14. pozici, ale postavení ostatních m st eské republiky na tomto trhu se výrazn zhor-ilo.

Podle SÚ se v roce 2012 v R konalo 11 547 kongresových akcí s po tem 1 535 597 ú astník , z toho v Praze 4 264 akcí s po tem 671 812 ú astník (27 % z celkového po tu akcí s pr m rným po tem 694 ú astník na akci).

esko disponuje dobrým potenciálem pro po ádání t chto akcí, kraje nabízí mnofství kulturních a p írodních atraktivit a dosta ující konferen ní kapacity (Libová, Jade, 2009). Na-e zem je dob e dostupná (nachází se zde p t mezinárodních letí- , dopravní infrastruktura je dosta ující), p edstavuje destinaci s pozitivní image, je považována za bezpe nou a ekonomicky, politicky a kulturn vosp louslou zemi.

Komplexní konferen ní centra tvo í 63 % z celkové kapacity konferen ních prostor, 18 % p ípadá na 4 hv zdi kové a 13 % na 3 hv zdi kové ubytovací za ízení. V roce 2011 se v R konalo 51,5% MICE akcí ve 4 a 5 hv zdi kových hotelech. Po et 4 a 5 hv zdi kových hotel u nás od roku 2000 rostl. Podle SÚ v roce 2000 bylo u nás evidováno 152 hotel t chto dvou t íd, z toho 53 v Praze (v Ostrav pouze 8 ty hv zdi kových hotel), v roce 2011 jich bylo jíf celkem 517 (z toho 213 v Praze a 27 v Ostrav). V hromadných ubytovacích za ízeních se konají spí-e men-í kongresové akce (pro 50 ó 150 ú astník).

25 % konferen ních sál u nás má kapacitu 50 ó 90 míst, 20 % 100 ó 199 míst. Nad tisíc míst má jen 5 % konferen ních center. Nejvíce kongres p edstavují konferen ní akce pro 100 - 199 ú astník . V roce 2011 byl zaznamenán nejvýrazn j-í nár st v kategorii mítink s po tem 150 ó 250 ú astník . Na 1. míst jsou korporátní konference/setkání, následovány asocia ními konferencemi/kongresy. Jedná se p edev-ím o akce mezinárodního významu, tematicky jsou zam ené na IT technologie, léka ské v dy a farmacii, obchod, pr mysl, technologie a ekonomii.

Nejvíce ú astník kongres , konaných v R je podle statistik z R, Velké Británie, USA, N mecka, Francie, Rakouska a Nizozemí, toto slofení je v pr b hu posledních let pom rn konstantní. Nejvíce akcí se dle sv tového trendu koná v m síci zá í, íjnu, listopadu, ale také v b eznu. eská republika odpovídá evropskému trendu, kdy mezi nejslab-í m síce nepat í zimní m síce, ale naopak letní.

Výrazn dominují jednodenní akce. Podle ICCA pr m rná délka trvání byla v roce 2013 - 2,31 dne, v roce 2012 - 2,06 dne a v roce 2011 - 3,8 dne.

Za nejvýznamn j-í kongresové místo mezinárodního významu v R lze považovat pouze Prahu. Praha se v oblasti slufeb kongresového turismu výrazn posunula vp ed a v sou asné dob se adí mezi evropskou -pi ku. Praha disponuje nejlep-ím potenciálem pro kongresový cestovní ruch, nalezneme zde 31 % konferen ních center (232 z 852), cofl p edstavuje 37 % konferen ních kapacit v R. V roce 2013 získala cenu Meeting Star v kategorii šNejlep-í kongresová destinace st ední a jihovýchodní Evropy. Podle Jaromíra Beránka z MagConsultingu (2013) nelze o ekávat, fle by Praha hostila velké kongresy a meetingy. Její potenciál vyuffívají po adatelé zejména st edních a men-ích setkání. Pokud v-ak jde o dopl kové aktivity, Praha se coby místo pro setkání jeví jako pln vyhovující destinace. V Praze se konalo mnoho významných mezinárodních konferencí (*zasedání Mezinárodního m nového fondu a Skupiny Sv tové banky, Summit NATO, zasedání Mezinárodního olympijského výboru, Microsoft Security Summit* aj).

Podle eského statistického ú adu po et konferencí v eské republice kařdoro n stoupá, stejn jako po et ú astník na t chto akcích (v roce 2009 byl zaznamenán po et akcí 9 411 s po tem ú astník 1 192 909, v roce 2012 byl po et akcí 11 547 s po tem ú astník 1 350 459).

Vedle rozsáhlých akcí s tisícovou ú astí se b fín v eské republice odehrávají stovky drobn j-ích konferencí a kongres . Mnoho eských destinací má pro realizaci MICE v sou asnosti podobné

podmínky. U v t-iny kraj eské republiky v rozvojových dokumentech je nastín n potenciál a jsou vymezeny aktivity, které by m ly vést ke zlep-ení jejich pozice v oblasti kongresového cestovního ruchu, s uceleným systémem propagace a existují organizace, které podporují prosazení daného regionu v oblasti kongresového cestovního ruchu. Od roku 2009 funguje projekt *Czech convention bureau*, kterého cílem je podpo it rozvoj kongresového cestovního ruchu v regionech eské republiky.

4. Vývoj segmentu MICE v Moravskoslezském kraji

Moravskoslezský kraj spl uje náro né podmínky pro konání nejr zn-jích akcí v segmentu meeting industry a incentivních pobyt . Prost ednictvím krajského m sta má kraj potenciál i pro kongresovou turistiku. Strategická poloha v blízkosti polské a slovenské hranice vytvá í z Ostravy m sto, které disponuje zlep-ující se nabídkou pro profesní cestovní ruch. P ítomnost zajímavých p írodních oblastí, specifická architektura, dobrá dopravní dostupnost (dálnice D47, v Mo-nov u Ostravy se nachází jedno z významných mezinárodních leti- eské republiky), kvalitní kongresová infrastruktura, p ítomnost mezinárodních hotelových et zc , dostate ná hotelová kapacita a kvalitní služby v odpovídajícím standardu (12 000 míst pro MICE segment, 5 500 l flek), významná pr myslová základna a v decké odborné zázemí místních univerzit. Ostrava byla v Návrhu kategorizace kongresových m st za azena mezi m sta první volby.

V Moravskoslezském kraji jifl rok p sobí Moravskoslezské Convention Bureau, které se zabývá rozvojem a propagací kongresového turismu v kraji. Podle n j kongresová a incentivní turistika vykazují vzr stající tendenci (Tab.1). O Ostravu a Moravskoslezský kraj je mezi kongresovými turisty zájem.

Tab. 1: Konference v hromadných ubytovacích za ízeních

Rok	eská republika celkem		Moravskoslezský kraj	
	Po et konferencí	Po et ú astník	Po et konferencí	Po et ú astník
2006	3 230	655 227	170	31 694
2007	3 518	702 586	264	45 640
2008	3 832	761 901	369	71 501
2009	9 411	1 192 909	772	100 699
2010	10 146	1 295 287	710	98 337
2011	10 601	1 350 459	1 008	135 478
2012	11 547	1 535 597	1 078	189 059

Zdroj: Zpracováno podle *CzechTourism: Analýza kongresového a incentivního segmentu cestovního ruchu, 2012*

Z Oficiální databanky kongresové a incentivní turistiky je patrné, fle se v Moravskoslezském kraji nalézá 49 za ízení, vhodných pro konání akcí kongresového cestovního ruchu (Tab.2).

Tab. 2: Moravskoslezský kraj ó kapacity pro po ádání akcí MICE

hotely ****	hotely***	konferen ní centrum	kulturní centrum	výstavi-t	sportovní hala	cekem
12	22	3	10	1	1	49

Zdroj: Zpracováno podle *CzechTourism: Analýza kongresového a incentivního segmentu cestovního ruchu, 2012*

Nejvíce MICE akcí je soust ed no v Ostrav , Opav a Frýdku-Místku. Významné jsou: Hornické muzeum OKD a Landek Park v Ostrav , mající kapacitu spojených sál 1000 míst, nové kongresové centrum hotelu Clarion Congress Hotel (1 600 míst), Mamaison Imperial Hotel (550 míst), kongresové centrum Gong (1 500 míst). Dal-ími za ízeními, nabízející 400 a více míst jsou Národní d m (Frýdek-Místek, 440), Kulturní d m Frýdek (400) a D m kultury Bílovec (400), Rotschild Palace (v sou asnosti v rekonstrukci), D m kultury m sta Ostravy (1000 míst).

Nové Trojhalí Nová Karolína s kapacitou 800 míst se řadí k největším kongresovým zařízením v Ostravě. Výstaviště Horná louka patří k největším v České republice, disponuje kongresovým sálem s kapacitou 300 míst.

Podle počtu akcí kongresového cestovního ruchu, konaných v hromadných ubytovacích zařízeních je Moravskoslezský kraj na třetím místě v Česku. V kraji se dle SÚ konalo v roce 2012 ve 14 hromadných ubytovacích zařízeních 1078 akcí s celkovým počtem 189 059 účastníků (175 účastníků na 1 akci). Tyto hodnoty představují poměrně výrazné zvýšení oproti roku 2006.

Potenciál pro kongresový cestovní ruch je vyzdvihován v Marketingové strategii rozvoje cestovního ruchu v turistickém regionu Severní Morava a Slezsko, v ROP NUTS II a také v Koncepci rozvoje cestovního ruchu statutárního města Ostravy z roku 2004. Ostrava je zde definována jako šobchodní centrum regionu, nabízející výjimečné podmínky pro profesní cestovní ruch. Víze města Ostravy sděluje, že v roce 2015 by mělo být Ostrava (resp. Ostravsko) šatraktivní a vyhledávanou destinací profesního cestovního ruchu, nabízející výjimečné zázemí pro konání kongresů, konferencí, výstav a veletrhů, firemních a obchodních jednání, výjimečnost tohoto zázemí by měla vycházet z využití silných stránek a industriální historie Ostravy a její blízkosti k přírodním perlám regionu (Beskydy, Jeseníky, Poodří).

5. Výsledky - trendy a perspektivy kongresového turismu

Konference, kongresy a další akce v posledních letech kopírují pokles ekonomiky, a to s určitým zpožděním, v návaznosti na velikost jednotlivých akcí. Zatímco menší akce jsou připravovány v řadu měst, velké akce pořadatelé připravují s předstihem několik let.

Prognózy dalšího vývoje kongresové turistiky lze podle provedených průzkumů označit za příznivé. Tempo růstu kongresového turismu by mělo víceméně kopírovat tempo celkového ekonomického rozvoje - vlny s malým časovým odstupem (u menších kongresů dva roky, u velkých kongresů čtyři roky).

Na základě údajů UIA lze do budoucna předpokládat mírný pokles kongresů v tradičním pojetí. Stále více se rozvíjí elektronická forma kongresů. I když je jejich počet stále nízký, vykazuje rostoucí tendenci. Do budoucna se počítá jak s organizací samostatných elektronických kongresů, tak s rozvojem tradičně pojetých kongresů o tuto dimenzi. Mnoho expertů na kongresový cestovní ruch předpokládalo celosvětový pokles počtu pořádaných kongresů a dalších akcí v návaznosti na nová elektronická média. Tento pokles se zatím nepotvrdil, přesto lze očekávat, že v průběhu několika málo let doznají velké kongresy určitou změnu. Média do jisté míry pravděpodobně nahradí předávání v deského poznání, avšak osobní kontakty nikoliv (Mag Consulting, 2013).

Podle ICCA z výše uvedeného lze určit tyto trendy MICE:

- Mezinárodní konferenční trh je stále více hnán požadavky spotřebitele (trh zákazníka), organizátoři chtějí snížit své náklady, vyhnout se skrytým nákladům a za své peníze získat co nejlepší hodnotu.
- Délka mezinárodních konferencí pozvolna klesá, ale četnost jejich konání značně stoupá. Společnost chce snížit dobu, kterou jejich pracovníci stráví na konferencích, a tím také snížit své náklady.
- Na významu nabývá výstavní komponent v těchto konferencích, fládá se, aby konferenční prostory zahrnovaly v té výstavní prostory.
- Účastníci konferencí častěji cestují s doprovodem, se svými partnery, i s rodinou. Doprovázející hosté se mohou seznámit s památkami, uměním a kulturou destinace. Často firem se na tento segment specializuje.
- Počet flenských účastnic konferencí neustále roste a konference se méně orientují výhradně na mufl.
- Bezpečnost se pro pořadatele konferencí i účastníky stala klíovou otázkou při výběru místa konání.

- Vyuffívá se aplikace moderních informa ních technologií (on-line rezervace a registrace) pro pot eby zkracování a p edstihu plánu mezinárodních akcí.
- Professional Congress Organizers pouffívají internet jako primární zdroj informací nabídky míst pro konání konferencí.

Z pr zkumu významných eských ubytovacích za ízení, specializovaných na kongresový segment vyplývá, fle slufby pro MICE klientelu se mohou stát významnou konkuren ní výhodou (Vampulová, 2013). V sou asnosti z d vodu p evisu nabídky konferen ních kapacit nad poptávkou dochází k výraznému cenovému dumpingu, což vede k poklesu cen, s negativním dopadem na kvalitu poskytovaných slufeb, sniflování hodnoty produktu a následn také destinace.

V d sledku vývoje je pot ebné zabývat se efektivitou p enosu informací a znalostí, podporou kreativity na akcích i dlouhodobými ekonomickými výhledy a strategickým plánováním (uka, 2012). Podpora kongresovému pr myslu souvisí i podporou místních PCO a destina ních spole ností tak, aby kongresy a konference svým p ínosem z obratu pomohly také místní ekonomice. Multiplika ní efekt z tohoto ístého pr myslu je významný - SÚ uvádí p ínos do ekonomiky zem cca 20 mld. K ro n .

Z komparace silných stránek kongresové turistiky Vídn , jako evropského kongresového lídra, Prahy a Ostravy se potvrzují dobré p edpoklady pro rozvoj kongresové turistiky na Ostravsku (Tab.3). Pro rozvoj kongresové turistiky je pot ebné eliminovat slabé stránky regionu Severní Moravy a Slezska, mezi které pat í p etrvávající trend jednodenních náv-t v a s tím související nízké vyuffívání ubytovacích kapacit, negativní hodnocení dopravní infrastruktury a dostupnosti regionu hromadnou dopravou a naopak posílit vnímání regionu jako vhodného k vícedenním pobyt m v souvislosti s p íznivým flivotním prost edím, vyuffít roz-í ení nabídky kulturního a spole enského vyffití, propagovat turistické kulturní atraktivity a p ílákat tak náv-t vníky z v t-ích vzdáleností.

Tab. 3: Komparace silných stránek kongresového turismu Vídn , Prahy a Ostravy

Víde	Praha	Ostrava
Obsazuje tradi n p ední místa v fleb í ku ICCA.	Dlouhá tradice v po ádaní významných a prestižních kongresových akcí.	Ro ní nár st v po tu konferen ních kapacit a po ádaných konferen ních akcí o 20 %.
M sto ohleduplné k flivotnímu prost edí, certifikát šGreen Meetingō.	Neuvedeno.	Zlep-ující se pé e o flivotní prost edí a pé e o památky a turistické atraktivity.
Univerzitní m sto, m sto v dy a vývoje.	Univerzitní m sto, m sto v dy a vývoje.	Univerzitní m sto, m sto v dy a vývoje.
Disponuje bohatou kongresovou infrastrukturou.	Rozvinutá kongresová infrastruktura.	Rozvíjející se kongresová infrastruktura.
M sto s vysokou kvalitou flivota.	Vysoká kvalita nabízených slufeb za p íjatelné ceny.	Pozitivní vnímání cenové relace slufeb, nízkonákladový region.
Bezpe né m sto.	Bezpe né m sto.	Bezpe né m sto.
Alokace v srdci Evropy.	Strategická poloha v srdci Evropy, s dobrou dopravní dostupností.	Strategická poloha Ostravy v blízkosti hranic s Polskem a Slovenskem.
M sto kultury, památek a hudební metropole, plná um leckého bohatství.	Bohatá historie, kultura, architektura a mnoho turistických atrakcí.	Rostoucí spokojenost se spole enským vyffitím a nabídkou volno asových aktivit.

Zdroj: Vlastní zpracování podle statistik ICCA, SÚ a Moravskoslezského Convention Bureau, 2013

Záv r

Situace v kongresovém cestovním ruchu je z celosv tového hlediska stabilní. R sty a poklesy sledovaných hodnot na jednotlivých kontinentech, zemích a m stech nejsou nijak výrazné. Rozvoj kongresového cestovního ruchu není soust ed n na ur íté území, ale dotýká se v-ech ástí sv ta. Velké mezinárodní kongresy mohou výrazn ovlivnit celé národní hospodá ství hostitelské zem .

Jejich finan ní dopad pocítí jak soukromý, tak státní sektor. Po ádání mezinárodních kongres je velmi prestižní záležitost nejen pro m sto, ale pro celou zemi (Haval, Jáno-ka, 2008).

Prognózy dal-ího vývoje kongresové turistiky lze podle provedených pr zkum ozna it za p íznivé. Na-e zem vstoupila na kongresový trh teprve v 90. letech minulého století. eské republice se poda ilo p edev-ím díky Praze dostat mezi významné kongresové destinace.

Moravskoslezský kraj má vhodné podmínky pro rozvoj MICE, snaží se neustále následovat trendy a p ízp sobovat se zm nám na trhu, vyúfít sv j potenciál, vytvá et kvalitní prostředí pro po ádání kongres a do budoucna existuje reálný p edpoklad, že svou pozici na trhu MICE je-t více posílí.

Literatura

- [1] ARR, (2006). *Marketingová strategie rozvoje cestovního ruchu v turistickém regionu Severní Morava a Slezsko: Ak ní plán*. Ostrava: Moravskoslezský kraj. [cit. 2014-1-15]. Dostupné <http://verejnasprrava.krmoravskoslezsky.cz/tr_12.html>.
- [2] BERÁNEK, J., (2008). *Základy cestovního ruchu, stravovacích služeb a láze ství*. 1.díl. Praha: Vysoká -kola cestovního ruchu a teritoriálních studií. ISBN 978-80-86724-35-5. p.106.
- [3] *CzechTourism a kongresová turistika v r. 2004*. [online]. [cit. 2014-01-19]. Dostupné z: <<http://www.czechtourism.cz/index.php?show=023278>>.
- [4] CzechTourism, (2008). *QCM. CzechTourism - podporujeme incomingový cestovní ruch. Kongresová turistika: Praha na 12. míst* [online]. 2003, erven 2008 [cit. 2014-01-15]. Dostupné z: <<http://www.czechtourism.cz/index.php?show=055001032>>.
- [5] ERTÍK, M., (2001). *Cestovní ruch - vývoj, organizace a ízení*. Praha: OFF, s.r.o. ISBN 80-238-6275-8. p. 352.
- [6] eský statistický ú ad, (2012). *Statistická ro enka Moravskoslezského kraje 2012*. Ostrava : eský statistický ú ad. ISBN 978-80-250-2269-6.
- [7] UKA, P., (2011). *Základy teórie, metodológie a regionalizácie cestovného ruchu*. Pre-ov: Pre-ovská univerzita. ISBN 978-80-55-0471-1. p. 93.
- [8] HAVAL, M., JÁNOŤKA, K., (2008). *Vademecum pro profesionály ve sv t MICE, Díl I. - Pr vodce sv tem MICE*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj R. p. 56.
- [9] INDROVÁ, J., (2007). *Mezinárodní cestovní ruch: vybrané kapitoly*. Praha: Oeconomica. ISBN 978-80-245-1287-7. p. 92.
- [10] *Kongresová turistika v Ostrav* . [cit. 2014-01-31]. Dostupné <<https://convention.ostrava.cz/images/files/TZ-%20Kongresov%C3%A1%20turistika.pdf>>
- [11] LIBOVÁ, A., JADE, S., (2009). *Marketing Plan Prague Convention Bureau 2009*. Praha: Prague convention bureau. pp. 13.
- [12] Mag Consulting., (2006). *Kongresový a incentivní cestovní ruch*. Praha: Mag Consulting. ISBN 80-86724-20-4. p.79.
- [13] Mag.Consulting, (2000). Kongresový cestovní ruch. *COT Business* [online]. [cit.2013-3-15]. Dostupné <http://www.cot.cz/data/cesky/00_09/9_stat_1.htm> 4.9.2008 [cit. 2014-01-31].
- [14] MagConsulting, (2008). Charakteristika a hodnocení potenciálu cestovního ruchu Moravskoslezského kraje a jeho subregion . *COT Business* [online]. [cit. 2014-01-31]. Dostupné z: <<http://www.cot.cz/index.php?page=200&jazyk=1&id=1040812062>>.
- [15] ORIEŤKA, J., (2004). *Kongresový cestovní ruch*. Praha: Idea Servis. ISBN 80-85970-45-7. p. 139.
- [16] PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J., (2002). *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: MMR. p.448.
- [17] SCHREIBER, M. T., (2002). *Kongress- und Tagungsmanagement*. Auflage. München, Wien: Oldenbourg. ISBN 80-238-6275-8. p. 583.
- [18] The International Association Meetings Market. *Statistics Report 2010*. Dostupné z: <<http://www.iccaworld.com/dcps/doc.cfm?docid=1130>>.
- [19] VÁCLAVÍNKOVÁ, K., KOSTKOVÁ, M., BOTLÍKOVÁ, M., (2012). Analysis of the impact of selected variables on the availability of accommodation facilities. In *Mathematical Methods in Economics 2012*. Karviná: Slezská univerzita v Opav . ISBN 978-80-7248-779-0. pp. 950-956.
- [20] VAMPULOVÁ, M., (2013). Kongresová turistika. *COT Business*, 11/2013, pp.24-25.