



АНАЛИЗ РАБОТЫ ВЫСТАВКИ «КУРОРТЫ И ТУРИЗМ - 2008»

В период с 09 по 14 января в ГК «Жемчужина» была проведена 14-ая международная специализированная выставка-ярмарка «Курорты и Туризм 2008». В выставке приняли участие 266 организаций, 3630 посетителей, из них: - 3050 посетителей-специалистов.

Информационная поддержка выставки: журнал «Туризм: практика, проблемы, перспективы», Москва; Российская Туристическая Газета, Москва; «Роза Ветров», ООО, Объединенный каталог «Российский Туризм», Москва; ООО «КубаньКурортРесурс», Краснодар; Издательство «Наша деловая пресса», Санкт-Петербург; журнал «Современный Бизнес. Отель»; журнал «Современный Бизнес. Ресторан»; ООО «Югинформ-2», Краснодар; газета «ИНФОРМ ЗДОРОВЬЕ», Краснодар; газета «Турист», Ростов-на-Дону; AZUR.ru – туристический Интернет-портал, Геленджик; ООО «МП-ТУР», Тула; «Сочинский Бизнес Журнал» ООО, Сочи; ООО «Медовые водопады», журнал «Кавказское гостеприимство», Пятигорск; журнал «Гостиница и ресторан: Бизнес и Управление», Москва; компания «Мэверик», Ростов-на-Дону; ООО «Центр Эффективной Рекламы», Сочи; ИД «Крестьянин», Ростов-на-Дону; Издательство «Акварель», Ростов-на-Дону; ExroMediaGroup, Ростов-на-Дону; Интернет портал города-курорта СОЧИ.РУ, Сочи; «Южный Федеральный», Ростов-на-Дону; газета «Экспресс Ва Банкь Сочи», Сочи; ООО Сочинский филиал «ТелеСемь» в Краснодаре», Сочи; журнал «Все лучшее о Сочи», Сочи;

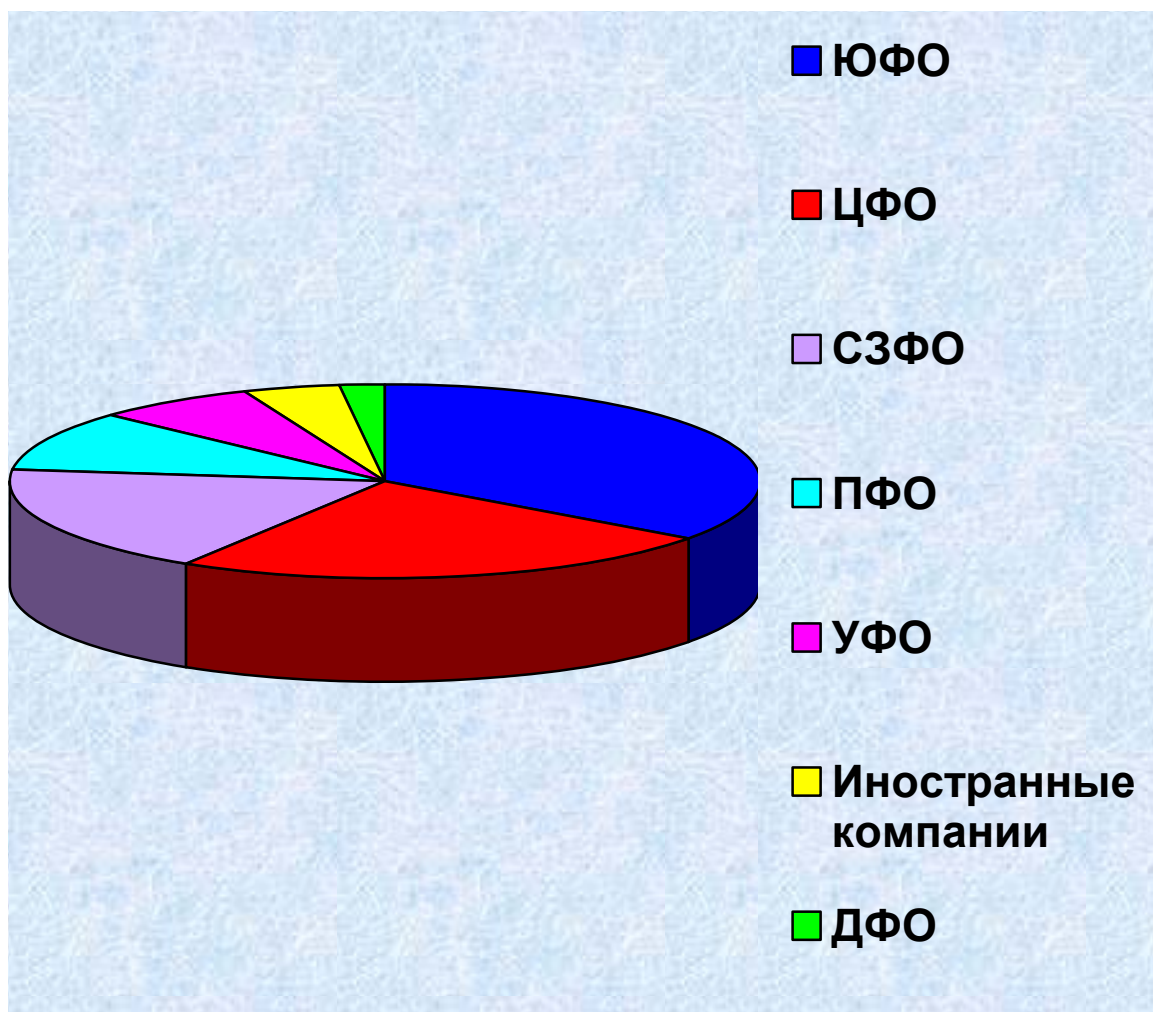
Официальный информационный партнер - ИА «Туринфо», Москва.

Информационный партнер выставки - ООО «Время отдыхать в России», Москва; ОТДЫХ.на КУБАНИ.РУ, Краснодар; ИД «Элита Пабlishер», Москва; журнал «Отель», Москва; «А-РЕНА» ООО, www.travelforlife.ru, Санкт-Петербург; Рекреационные Ресурсы Интернет-издание, Москва; журнал «Спортивные Сооружения и Индустрия», Москва.

Генеральный информационный партнер - журнал «Парад Отелей», Москва.

І. УЧАСТНИКИ

А. География участников



Южный Федеральный Округ – 35%

Центральный Федеральный Округ – 24%

Северо-Западный Федеральный Округ – 18%

Приволжский Федеральный Округ – 10%

Уральский Федеральный Округ – 7%

Иностранные компании – 4%

Дальневосточный Федеральный Округ – 2%

В. Цели участия:



Расширение рынков сбыта – 22%

Осмотр баз размещения – 20%

Ознакомление с новыми тенденциями туристкой отрасли – 17%

Сравнить предложения конкурентов – 15%

Заключение договоров - 15%

Участие в семинарах, круглых столах - 11%

С. Источники, из которых узнали о выставке:



Приглашение организаторов – 37%

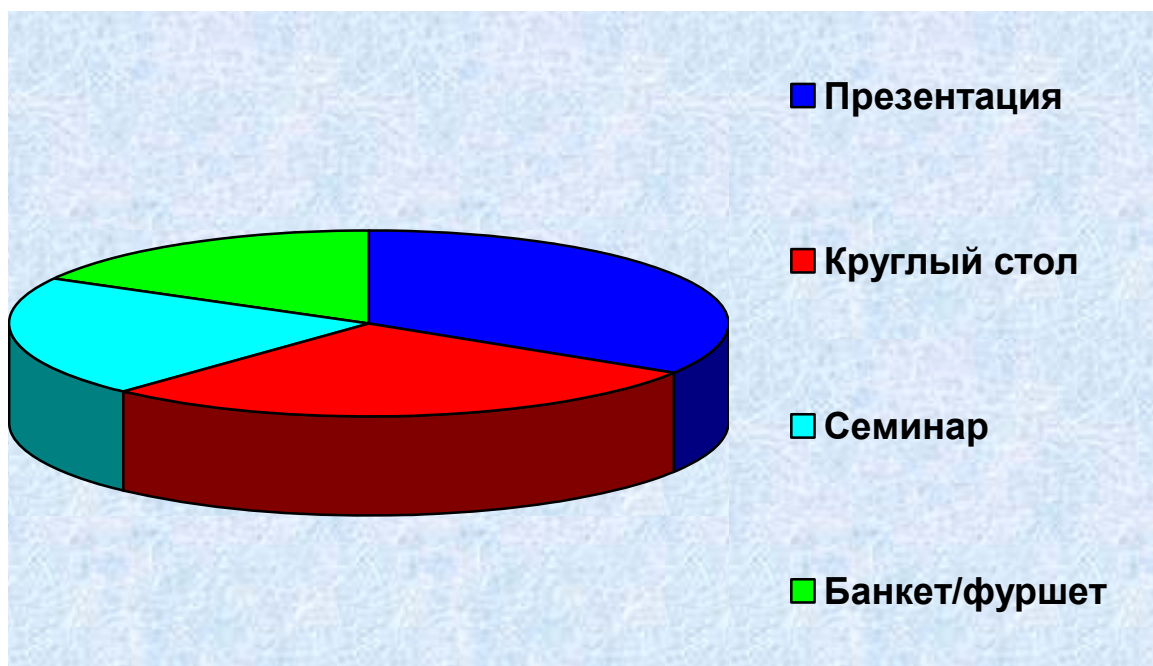
Постоянное участие в выставке Курорты и Туризм - 22%

Интернет, TV, радио – 17%

Специализированные издания – 14%

Приглашение администрацией районов - 10%

Д. Понравилась ли Вам деловая программа выставки?



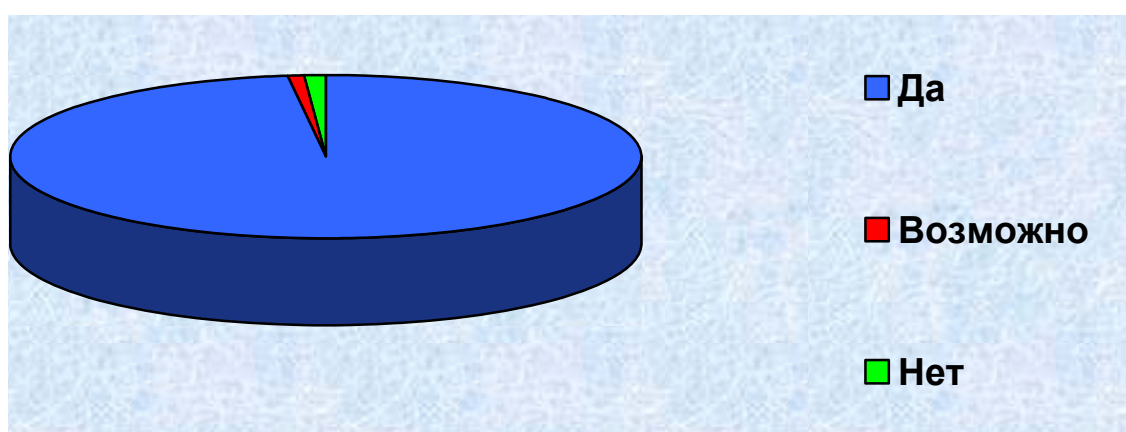
Презентация – 34%

Круглый стол – 28%

Семинар – 21%

Банкет/Фуршет – 17%

Е. Планируете ли Вы участие в следующей выставке?

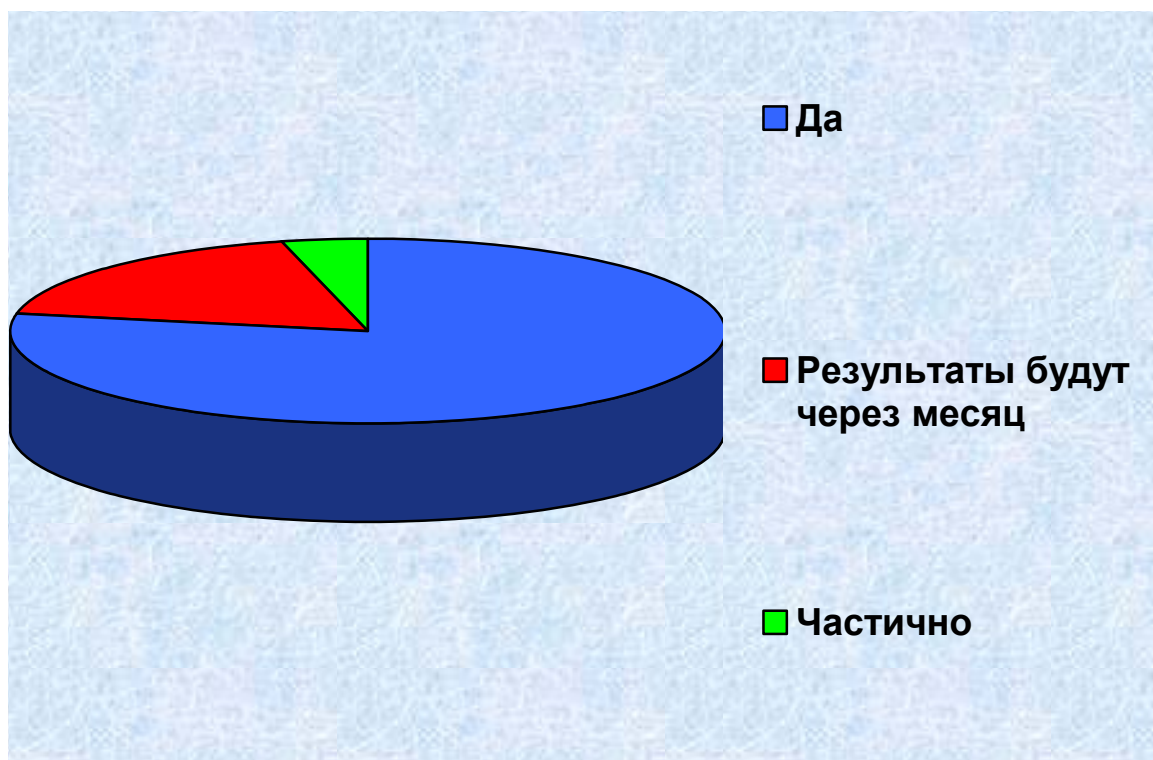


Да – 98%

Возможно – 1%

Нет – 1%

Г. Довольны ли Вы результатами участия в выставке?



Да – 78%

Результаты будут через месяц – 18%

Частично – 4%

Г. Преимущества выставки



Высокий уровень организации выставки – 21%

Большее количество участников – 18%

Отличное место проведения выставки - 15%

Реклама выставки – 15%

Много посетителей – 12%

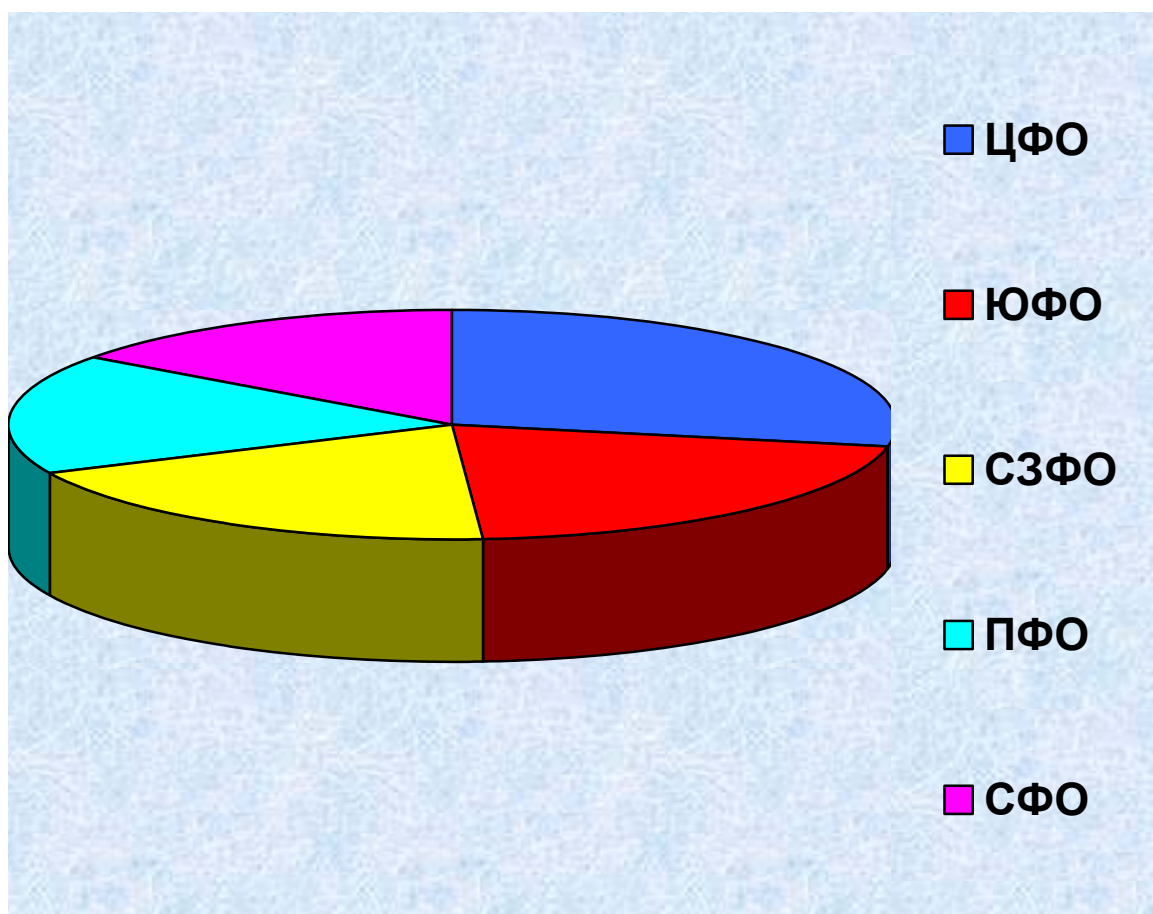
Хорошо организован осмотр баз приёма - 7%

Перспективные контакты – 6,2%

Сервисное обслуживание – 5,8%

II. ПОСЕТИТЕЛИ

A. География посетителей



ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ - 28%

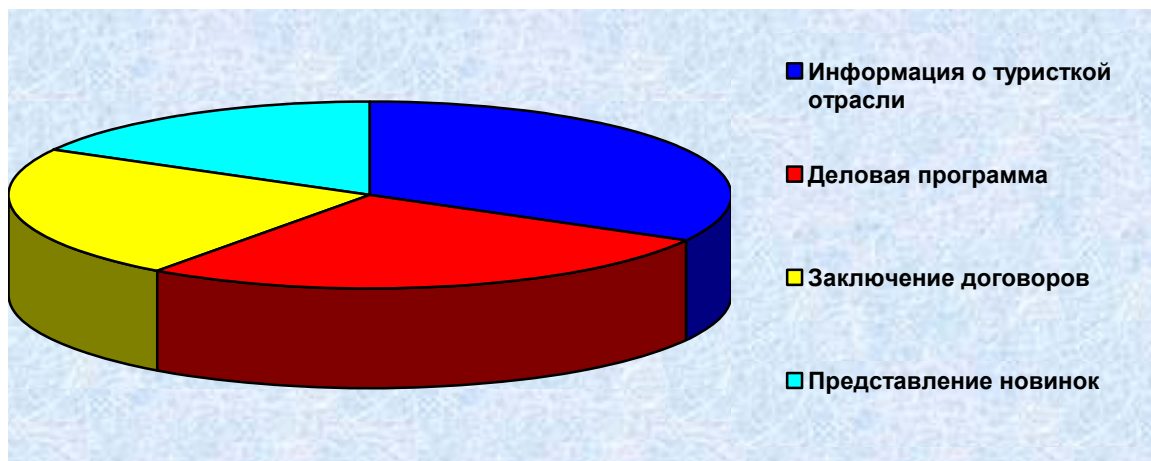
ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ - 21%

СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ - 19%

ПРИВОЛЖСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ - 17%

СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ - 15%

В. Цели посещения выставки:



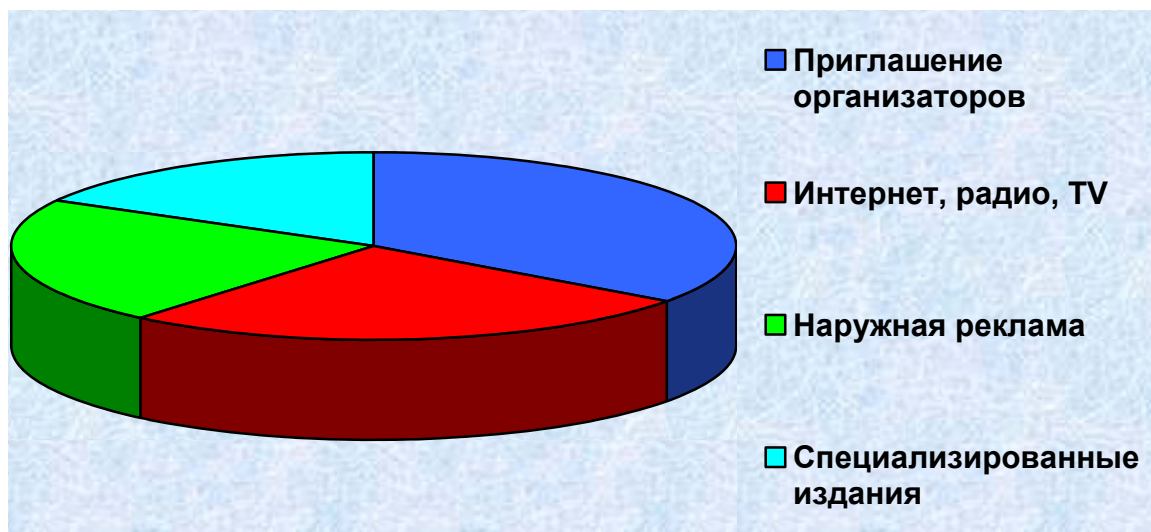
Получить информацию о туристской отрасли – 33%

Посещение деловой программы – 27%

Заключение договоров – 23%

Представление новинок – 17%

С. Источники, из которых посетители узнали о проведении выставки:



Приглашение организаторов (письмо, e-mail, телефон) – 35%

Интернет, TV, радио – 26%

Наружная реклама (афиша, баннер, перетяжки) – 22%

Специализированные издания (газеты, журналы, каталоги)– 17%