

RAPORT 2016

Rynek spotkań biznesowych pod lupą

Kto? Co? I gdzie?



Rynek spotkań biznesowych pod lupą

Kto? Co? I gdzie?

Warszawa- Serock, 31 maja 2016 r.

„Rynek spotkań biznesowych pod lupą: Kto? Co? I gdzie?”¹

– publikacja ogólnopolskich badań firm i przedsiębiorstw.

Ile i kiedy firmy w Polsce wydają na usługi konferencyjne? Ile firm przeznaczają nawet miliony rocznie na spotkania konferencyjne? Czy prawdą jest, że prawie 100% mikroprzedsiębiorstw nie decyduje się na organizację jakichkolwiek spotkań biznesowych? Małe, średnie czy duże przedsiębiorstwa najczęściej wydają fundusze na usługi konferencyjne? Czy cena i jakość kuchni to najważniejsze elementy decydujące o wyborze obiektu? Czy prawdą jest, że firmy zwracają uwagę na jakość usług w tej branży? Czy bliskość siedziby firmy wpływa na wybór lokalizacji na spotkanie biznesowe czy organizację konferencji? Czy warto być hotelem wielogwiazdkowym – czy to przyciąga potencjalnych klientów biznesowych? Czy firmy decydują się na wybór lokalizacji w czasie krótszym niż 14 dni? - te oraz inne zagadnienia znalazły się w już opublikowanych ogólnopolskich badaniach opinii. Badania rozpoczęły cykl poświęcony tematyce rynku usług biznesowo-konferencyjnych dla firm i przedsiębiorstw w Polsce i są pierwszą opublikowaną częścią z cyklu badań dotyczących branży MICE.

Pod koniec maja odbyła się premiera ogólnopolskich badań firm i przedsiębiorstw dot. rynku spotkań biznesowych w Polsce i prezentacją głównych treści badawczych. Badania te rozpoczęły długoterminowy projekt - cykl badawczy, który będzie poświęcony zagadnieniom takim jak: biznes a branża usług konferencyjnych, branża MICE w Polsce a biznes, możliwości finansowe przedsiębiorstw w zakresie współpracy z obiektami konferencyjno-hotelarskimi, jakość usług w branży konferencyjnej, wartość rynku itp. Cykl został pomyślany tak, aby w długoterminowej perspektywie stworzył jedną całość, wielowątkowo badającą rynek. Pomysłodawcą oraz inicjatorem cyklu jest Hotel Narvil Conference & Spa w Serocku, który jako lider branży konferencyjnej w Polsce, systematycznie wprowadza różne narzędzia, aby poznawać rynek i biznes na którym działa. „*Od lat wykorzystujemy wiele standardowych oraz niestandardowych narzędzi – które mają wpływać*

¹ Cytowane badania, źródło: „Rynek spotkań biznesowych pod lupą: Kto? Co? I gdzie? -

- Hotel Narvil Conference & Spa – publikacja ogólnopolskich badań firm i przedsiębiorstw”

Rynek spotkań biznesowych pod lupą

Kto? Co? I gdzie?

*na realizację zakładanych celów biznesowych oraz na poznanie potrzeb naszych biznesowych partnerów. W tym roku podjęliśmy decyzję o przeprowadzeniu badań zatytułowanych: Rynek spotkań biznesowych pod lupą: Kto? Co? I gdzie?². Analiza ich pozwoliła nam na jeszcze bardziej szczegółowe poznanie możliwości zaangażowania się firm i przedsiębiorstw w organizację spotkań biznesowych, uzyskaliśmy odpowiedzi na wiele ciekawych pytań, wątpliwości. W strategii naszego działania jest permanentne wprowadzanie takich aktywności, które mają służyć lepszemu poznaniu rynku oraz rozwijaniu biznesu" - powiedziała **Grażyna Kowalczyk, Dyrektor Generalny Hotelu Narvil, Hotelarz roku 2014.***

Mikroprzedsiębiorstwa, małe, średnie i duże przedsiębiorstwa w Polsce - metodologia.

W ramach badania przebadano przedsiębiorstwa w Polsce. Badania przeprowadzono metodą telefoniczną (CATI) na podstawie standaryzowanych wywiadów kwestionariuszowych wspomaganym komputerowo. Celem założonym przy pierwszym badaniu, było rozpoznanie całości rynku przedsiębiorców z podziałem na mikro, małe, średnie i duże przedsiębiorstwa – tak, aby uzyskać całościową charakterystykę rynku oraz pozyskać informacje o tym, jakie przedsiębiorstwa inwestują oraz które organizują i w jakim zakresie spotkania biznesowe. Wielkości przedsiębiorstw zostały dobrane kwotowo z zachowaniem proporcji wielkości poszczególnych typów firm z podziałem na te zatrudniające do 9 pracowników, 10-50 pracowników, 51-250 pracowników i duże powyżej 250 pracowników. Pierwsze dwa typy stanowią 70% z badanych przedsiębiorstw, a średnie i duże 30%.

W badaniu podzielono firmy ze względu na prowadzoną działalność. Najwięcej, bo niemal połowa, zadeklarowało działalność w branży usługowej, produkcją przemysłową zajmuje się ponad 30% badanych, handlem niecałe 30%, a produkcją rolniczą ok. 10% respondentów.

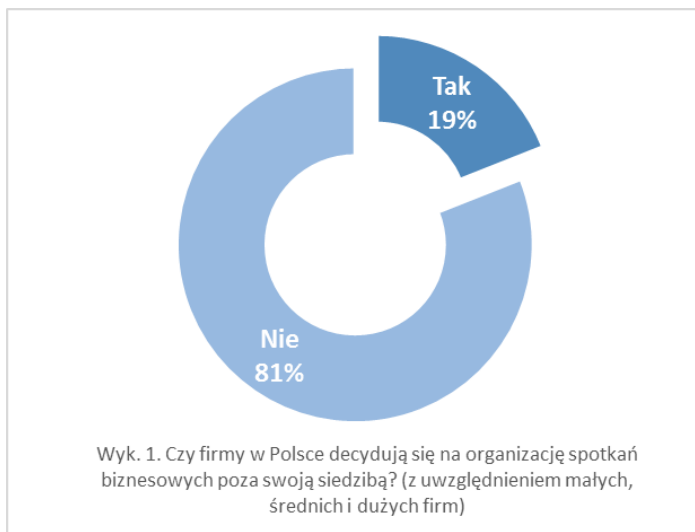
² Cytowane badania, źródło: „Rynek spotkań biznesowych pod lupą: Kto? Co? I gdzie? -
- Hotel Narvil Conference & Spa – publikacja ogólnopolskich badań firm i przedsiębiorstw”

Rynek spotkań biznesowych pod lupą

Kto? Co? I gdzie?

Czy firmy w Polsce decydują się na organizację spotkań biznesowych poza swoją siedzibą?

Po określeniu wielkości firm, sprawdzeniu w jakim sektorze usług działają poddano badaniu kwestię, która miała udzielić odpowiedź na pytanie: czy firmy organizują jakiegokolwiek spotkania biznesowe poza siedzibą swojej firmy? **Ok. 1/5 firm zadeklarowała organizację spotkań pracowników, kontrahentów, klientów, spotkań konferencyjnych poza siedzibą firmy.** W pytaniu uwzględniono pojęcie organizacji w hotelach lub ośrodkach wypoczynkowych.



Badania³ wskazały, iż wraz ze wzrostem wielkości zatrudnienia następuje wzrost odsetka przedsiębiorstw, które organizują tego typu spotkania. Zaledwie 3% najmniejszych firm – zadeklarowało organizację spotkań poza siedzibą firmy. **Aż blisko 60% puli badanych największych firm zadeklarowało organizację takich konferencji, prawie 40% z tych zatrudniających 51-250 pracowników, także odpowiedziało twierdząco na zadane pytanie**



w sumie 10% z firm zatrudniających od 10-50 pracowników. Natomiast tylko ok. 3% z tych zatrudniających do 9 osób zadeklarowało organizację tego typu spotkań.

Reasumując, pozyskane wyniki z zachowaniem proporcji wielkości przedsiębiorstwa pokazują, że tylko ok. 4% firm decyduje się na spotkania w obiektach poza firmą. Jednak po uwzględnieniu

³ Cytowane badania, źródło: „Rynek spotkań biznesowych pod lupą: Kto? Co? I gdzie? - Hotel Narvil Conference & Spa – publikacja ogólnopolskich badań firm i przedsiębiorstw”

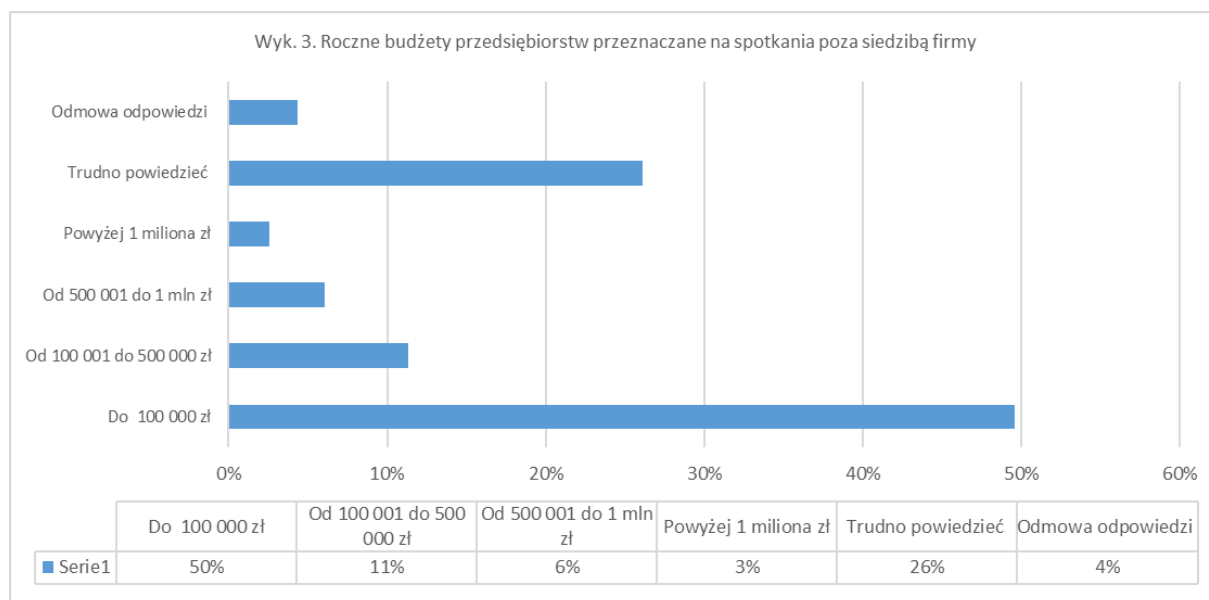
Rynek spotkań biznesowych pod lupą

Kto? Co? I gdzie?

małych, średnich i dużych firm (bez mikroprzedsiębiorstw) okazuje się, że blisko co 4-te z nich decyduje się na organizację spotkań poza siedzibą firmy.

Roczne budżety na spotkania poza firmą. Firmy w swoich budżetach rocznych nawet po kilka milionów złotych przeznaczają w rynek usług konferencyjnych. Nikt nie podejmuje szybko decyzji (nikt nie poświęca mniej niż 14 dni na szukanie lokalizacji).

Rynek spotkań konferencyjnych stale się rozwija. Firmowe spotkania biznesowe i okolicznościowe to nawet milionowe budżety, które chcą każdego roku pozyskać hotele i obiekty konferencyjne. Małe, średnie czy duże przedsiębiorstwa decydują się na przeznaczenie środków na organizację konferencji poza siedzibą firmy, jednak ciekawym było pozyskanie wiedzy, na jakim poziomie są te budżety w skali roku. **Najwięcej firm, bo aż ½ z nich swój budżet szacuje na poziomie do 100.000 PLN, do połowy miliona złotych budżet określa już ponad 10% ankietowanych. Blisko 9% firm posiada budżety o wartości powyżej 500.000 PLN sięgające nawet kilku milionów rocznie. Ciekawym jest fakt, iż aż ¼ badanych⁴ firm nie była w stanie określić jakie budżety rocznie wydaje na spotkania biznesowe organizowane poza firmą.**



⁴ Cytowane badania, źródło: „Rynek spotkań biznesowych pod lupą: Kto? Co? I gdzie? - Hotel Narvil Conference & Spa – publikacja ogólnopolskich badań firm i przedsiębiorstw”

Rynek spotkań biznesowych pod lupą

Kto? Co? I gdzie?

Przedsiębiorstwa decydujące się na wydanie środków na organizację spotkań biznesowych – w większości potrzebują minimum miesiąca do nawet pół roku i więcej czasu na wybranie odpowiedniej lokalizacji, co stanowi prawie 80%. W tym na pół roku i więcej czasu potrzebuje ponad 10% firm. Od 3 miesięcy do 6 miesięcy potrzebuje co piąta firma. Najwięcej, bo prawie ½ stanowią firmy, które najczęściej poszukują dogodnego miejsca na organizację spotkania w okresie od 4 do 12 tygodni. Od 14 do 30 dni wystarcza na podjęcie decyzji w 17% firm. Żadna z badanych firm nie zadeklarowała, że potrzebuje mniej niż 14 dni na poszukiwanie lokalizacji.

Tylko 16% ankietowanych⁵ firm jakość usług ocenia za bardzo ważną przy wyborze obiektu. Czym pozyskać klienta: cena, kuchnia, bliskość siedziby firmy czy może rekomendacje innych wpływają na wybór miejsca na spotkanie?

Dla wielu obiektów przy pozyskiwaniu klientów najważniejsze jest do nich dotarcie oraz przygotowanie odpowiedniej oferty dopasowanej do ich potrzeb i możliwości. Obiekty konferencyjne rywalizują o pozyskanie klientów. Dlatego w jednym z pytań poproszono, aby firmy określiły na skali na ile dane czynniki są ważne przy wyborze miejsca na organizację spotkania. **W ocenie ważności danych czynników najważniejsza okazała się cena dla prawie 45% badanych. Po zsumowaniu odpowiedzi: „bardzo ważne” i „raczej ważne” – ten czynnik uzyskuje aż 70%.** Tylko ok. 5% z badanych firm w ogóle nie zwracało uwagi na cenę. **Kolejnym czynnikiem jest jakość kuchni, która procentowo osiąga podobne wyniki jak pierwszy czynnik. Dla 36% jest najważniejsza – ale „bardzo ważna” i „raczej ważna” już dla 68% ankietowanych.** Ważnym czynnikiem dla prawie 50% respondentów jest bliskość siedziby ich firmy, tylko 31% z nich nie przywiązuje większej wagi do miejsca spotkania w stosunku do lokalizacji siedziby.

Blisko 1/3 zwraca uwagę na rekomendację i opinię innych, dla podobnej ilości jest ona zbędna. 40% zwraca uwagę na standard usług, ale niestety blisko 30% nie zwraca na ten czynnik w ogóle uwagi.

Określając kryteria jakimi osoby decydujące w firmach w zakresie organizacji spotkań biznesowych czy konferencyjnych – kierują się to aż: **80% bierze pod uwagę jako najważniejsze kryterium cenę, 48%**

⁵ Cytowane badania, źródło: „Rynek spotkań biznesowych pod lupą: Kto? Co? I gdzie? - Hotel Narvil Conference & Spa – publikacja ogólnopolskich badań firm i przedsiębiorstw”

Rynek spotkań biznesowych pod lupą

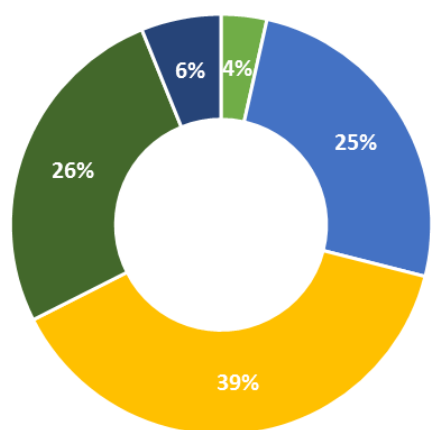
Kto? Co? I gdzie?

jakość kuchni, tyle samo łatwość dojazdu, 40% zwraca uwagę na dogodną lokalizację np. w centrum miasta, ponad 30% wyróżnia kwestię łatwego i dobrego kontaktu z obsługą.

Firmy wybierając ostatnie miejsce na organizację konferencji kierowały się głównie dwoma przesłankami. Pierwsza to cena (61%) oraz druga to bliskość/dogodny dojazd dla uczestników (55%). Na trzeciej pozycji uplasował się wysoki standard i obsługa miejsca (37%). Tylko o 1 punkt procentowy mniej uzyskało stwierdzenie: od dawna organizujemy konferencję w tym miejscu, natomiast 33% wybrało daną lokalizację ze względu na atrakcyjne położenie obiektu.

Firmy w odniesieniu do tego czym kierowały się przy wyborze ostatniej konferencji, zaraz za ceną uplasowały kwestię wysokiego standardu i obsługi miejsca. Podczas badania⁶ znaczna część respondentów przyznaje, że ich firma zwraca uwagę na standard hotelu. Co 4-ty ankietowany uznał to za jedno z głównych kryteriów. Tylko co 20-ta badana firma nie bierze tego pod uwagę. Dla ponad 60% respondentów był to jeden z najważniejszych elementów.

Wyk. 4. Czy przy organizacji spotkania zwracasz uwagę na standard hotelu?



- Nie wiem/ Trudno powiedzieć
- Tak i jest to jedno z głównych kryteriów
- Raczej tak, ale nie jest to jedno z głównych kryteriów
- Raczej nie, często nie bierzemy tego pod uwagę
- Nie, prawie nigdy nie bierzemy tego pod uwagę

⁶ Cytowane badania, źródło: „Rynek spotkań biznesowych pod lupą: Kto? Co? I gdzie? - Hotel Narvil Conference & Spa – publikacja ogólnopolskich badań firm i przedsiębiorstw”

Rynek spotkań biznesowych pod lupą

Kto? Co? I gdzie?

Najczęściej firmy decydują się na organizację spotkań biznesowych w miesiącach wiosennych (kwiecień i maj) oraz w grudniu. Z analizy badań⁷ wynika, że ważnym jest także w roku okres jesiennych konferencji, który wzrasta od sierpnia i trwa do listopada.

*„Rynek spotkań konferencyjnych stale się rozwija. Firmowe spotkania biznesowe i okolicznościowe to nawet milionowe budżety, które chcą każdego roku pozyskać hotele i obiekty konferencyjne. Wiemy, że firmy w Polsce przeznaczają nawet kilkumilionowe budżety rocznie na tego typu usługi oraz że do 100.000 PLN rocznie ma aż połowa z badanych firm. Mamy świadomość także, że w rynek usług konferencyjnych inwestują głównie średnie i duże przedsiębiorstwa. Po analizie badań wiemy z pewnością, że: cena, jakość kuchni, bliskość siedziby danej firmy, rekomendacje, standard świadczonych usług są kluczowymi czynnikami przy podejmowaniu decyzji przez potencjalnych klientów, że ilość gwiazdek, także jest brana pod uwagę przez ponad 60% badanych firm. Wiemy, że nikt nie zadeklarował, że szybko podejmowane są decyzje dot. wyboru obiektu. Firmy średnio przeznaczają na szukanie dogodnej lokalizacji od 4 do 12 tygodni – tak odpowiedziało prawie 50% badanych, co nas cieszy, ponieważ jest czas na prezentację oferty, pokazanie obiektu i negocjacje. Cieszymy się, że projekt badawczy został rozpoczęty. Systematycznie będziemy dostarczać nowych danych dot. rynku. Hotel Narvil Conference & Spa ciągle chce poznawać rynek i dopasowywać do potrzeb swoją ofertę” – podsumowała rozpoczęty projekt badawczy⁸ **Grażyna Kowalczyk, Dyrektor Generalny Hotelu Narvil, Hotelarz roku 2014.***

Hotel Narvil Conference & Spa

ul. Czesława Miłosza 14A

05-140 Serock

marketing@hotelnarvil.pl

tel. 22 566 11 74

⁷ Cytowane badania, źródło: „Rynek spotkań biznesowych pod lupą: Kto? Co? I gdzie? - Hotel Narvil Conference & Spa – publikacja ogólnopolskich badań firm i przedsiębiorstw”

⁸ Cytowane badania, źródło: „Rynek spotkań biznesowych pod lupą: Kto? Co? I gdzie? - Hotel Narvil Conference & Spa – publikacja ogólnopolskich badań firm i przedsiębiorstw”