

RAPORT 2017

Rynek spotkań biznesowych w Polsce pod lupą organizatorów i uczestników Kto? Co? Za ile? I gdzie?



Rynek spotkań biznesowych w Polsce pod lupą organizatorów i uczestników **Kto? Co? Za ile? I gdzie?**

Podsumowanie ogólnopolskich badań przedsiębiorstw

Warszawa - Serock, 27 września 2017r.

„Rynek spotkań biznesowych w Polsce pod lupą organizatorów i uczestników: Kto? Co? Za ile? I gdzie?”¹ – publikacja II edycji niezależnych ogólnopolskich badań firm i przedsiębiorstw oraz pracowników.

Ile firm w Polsce planuje i organizuje spotkania oraz konferencje poza siedzibą swojej firmy? Jakie budżety firmy przeznaczają na organizację wydarzeń biznesowych – ile z nich planuje przeznaczyć środki o wartości powyżej miliona złotych? Czy ciągle cena pozostaje najważniejszym kryterium wyboru miejsca spotkań czy konferencji biznesowych? Jakość kuchni a może standard usług wpływa na podejmowane decyzję przez organizatorów? W którym kwartale firmy decydują się na organizację spotkań? Jakie czynniki ostatecznie wpływają na wybór miejsca konferencji? Jakie cele stawiają przed sobą firmy organizując takie wydarzenia? Jakie są oczekiwania uczestników firmowych konferencji? Czy są podobne? – odpowiedzi na te i inne pytania po raz kolejny udzieliły: małe, średnie i duże przedsiębiorstwa w Polsce oraz pracownicy. Przedstawiono je na konferencji poświęconej prezentacji wyników II edycji ogólnopolskich badań: „Rynek spotkań biznesowych w Polsce pod lupą organizatorów i uczestników: Kto? Co? Za ile? I gdzie?”.

W 2016 roku rozpoczęto cykl poświęcony ogólnopolskim badaniom o tematyce rynku usług biznesowo-konferencyjnych dla firm i przedsiębiorstw w Polsce. W maju 2016 odbyła się premiera I edycji badań, natomiast na początku tej jesieni zaprezentowano kolejny II raport dot. rynku usług spotkań biznesowych oraz konferencyjnych. Jest to cykliczny projekt realizowany przez Hotel Narvil Conference & Spa mający na celu stałe badanie i analizę zmian zachodzących w tym segmencie na rynku. Projekt badawczy realizowany jest każdorazowo przez niezależną firmę badawczą i jest poświęcony tematowi biznesowych spotkań konferencyjnych.

¹ Cytowane badania, źródła: „Rynek spotkań biznesowych pod lupą: Kto? Co? I gdzie?” (2016) oraz „Rynek spotkań biznesowych w Polsce pod lupą organizatorów i uczestników: Kto? Co? Za ile? I gdzie?” (2017) - Hotel Narvil Conference & Spa.

Rynek spotkań biznesowych w Polsce pod lupą organizatorów i uczestników

Kto? Co? Za ile? I gdzie?

Pomysłodawcą oraz inicjatorem cyklu jest Hotel Narvil Conference & Spa w Serocku, który jako lider branży konferencyjnej w Polsce systematycznie wprowadza narzędzia, aby poznawać biznes i rynek, na którym działa. *„Już po raz drugi przeprowadziliśmy ogólnopolskie badania rynku branży spotkań biznesowych i konferencyjnych. Jest to dla nas bardzo ważny obszar w prowadzonym przez nas biznesie. Chcemy znać rynek, śledzić zachodzące w nim zmiany, poznawać tendencje – a w rezultacie odpowiadać celnie na potrzeby naszych klientów biznesowych. Kontynuowane przez nas badania: Rynek spotkań biznesowych w Polsce pod lupą organizatorów i uczestników: Kto? Co? Za ile? I gdzie?”² – są wartości nie tylko dla nas, ale dla całej branży i odpowiadają na wiele ciekawych zagadnień, które dla działów sprzedaży czy marketingu są pomocne w codziennej pracy z klientem biznesowym”* - powiedziała Grażyna Kowalczyk, Dyrektor Generalny Hotelu Narvil, uhonorowana tytułem Hotelarz Roku.

Nowe obszary badawcze w II edycji badań.

Analiza wyników badań z roku poprzedniego wpłynęła na podjęcie decyzji, aby w 2017 roku do ankiety dołączyć kolejne, nowe pytania, pozwalające poznać inne aspekty. Zdefiniowano w tej edycji dokładniej w jakich kwartałach roku firmy planują organizację wydarzeń. Ciekawym było wprowadzenie tematów, które miały za zadanie zbadać na co organizatorzy spotkań (w tym: firmy, działy HR) zwracają uwagę, gdy mają za zadanie zorganizować dla swoich pracowników, kontrahentów takie spotkania. Z drugiej strony poddano badaniu uczestników tych spotkań, aby dowiedzieć się, czy rzeczywiście dane założenia organizatorów spełniają ich oczekiwania.

Badania w długoterminowej perspektywie mają na celu: pokazać zmiany, poznać trendy i stałe zjawiska oraz zaobserwować nowe tendencje.

² Cytowane badania, źródła: „Rynek spotkań biznesowych pod lupą: Kto? Co? I gdzie?” (2016) oraz „Rynek spotkań biznesowych w Polsce pod lupą organizatorów i uczestników: Kto? Co? Za ile? I gdzie?” (2017) - Hotel Narvil Conference & Spa.

Rynek spotkań biznesowych w Polsce pod lupą organizatorów i uczestników

Kto? Co? Za ile? I gdzie?

Wyniki najnowszych badań zaprezentowano podczas konferencji prasowej w trzech blokach tematycznych:

1. Ogólna sytuacja na rynku spotkań i konferencji biznesowych.
2. Co decyduje o wyborze gdzie zostanie zorganizowana konferencja? Jakie czynniki i decyzje mają rzeczywisty wpływ w ostatecznym procesie decyzyjnym?
3. Na jakie czynniki, elementy zwracają uwagę osoby organizujące spotkania z ramienia firmy (w tym działy HR). Czy tego samego oczekują rzeczywiście ich uczestnicy?

Badanie polskich przedsiębiorstw. Metodologia badań.

W ramach badań w 2016 oraz w 2017 roku pytania dot. rynku usług konferencyjnych skierowano do przedsiębiorstw w Polsce. Badania przeprowadzono metodą telefoniczną (CATI) na podstawie standaryzowanych wywiadów kwestionariuszowych wspomaganymi komputerowo. Celem założonym przy pierwszym badaniu (2016), 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. W wyniku badań – okazało się, że tylko 3% z mikroprzedsiębiorstw organizuje spotkania poza siedzibą firmy. W wyniku badań I edycji – w kolejnej podjęto decyzję, aby poddać badaniu te firmy, które rzeczywiście w 2016 roku zadeklarowały organizację spotkań i konferencji poza swoją siedzibą. Zatem w 2017 roku w próbie znalazły się właśnie takie przedsiębiorstwa. Ich wielkości zostały dobrane kwotowo z zachowaniem proporcji wielkości poszczególnych typów firm. Ponad 60% badanych firm to przedsiębiorstwa zatrudniające od 10-50 pracowników, co piąte od 51-250 a więcej niż jedno na dziesięć powyżej 250 pracowników. Najwięcej, bo ponad 40% firm biorących udział w badaniu prowadzi działalność usługową, 3 na 10 firm zajmuje się produkcją przemysłową, co piąta handlem. W produkcji rolnej specjalizuje się 7% z badanych firm.

Rynek spotkań biznesowych w Polsce pod lupą organizatorów i uczestników

Kto? Co? Za ile? I gdzie?

SYTUACJA NA RYNKU SPOTKAŃ KONFERENCYJNYCH I BIZNESOWYCH.

Czy firmy chętnie organizują spotkania poza siedzibą swojej firmy? Prawie 80% firm organizuje spotkania biznesowe i konferencyjne poza nią.

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? W 2017 roku więcej niż 2 firmy na 10 zadeklarowało, że organizuje spotkania i konferencje dla pracowników, klientów lub kontrahentów poza siedzibą swojej firmy, jest to wynik podobny do tego z 2016 roku. Badania dwóch edycji wskazały, iż wraz ze wzrostem wielkości zatrudnienia następuje wzrost odsetka przedsiębiorstw, które organizują tego typu spotkania.

Wydatki firm na konferencje. Czy ulegają zmianie? Ile z badanych firm posiada milionowe budżety?

Analiza badań dwóch edycji pozwala stwierdzić, że w 2016 i w 2017 roku budżety i ich planowanie było na podobnym poziomie. Na przestrzeni dwóch lat budżetowych – żadne okoliczności wewnętrzne oraz zewnętrzne nie wpłynęły na zmianę zakładanych środków finansowych na ich wydatkowanie w badanym obszarze. Małe, średnie czy duże przedsiębiorstwa decydują się ciągle na podobnym poziomie jak w roku ubiegłym na przeznaczenie środków na organizację konferencji poza siedzibą firmy. Aktualnie 50% respondentów z badanych firm odpowiedziało, że są to budżety do 100.000 złotych, jedna firma na dziesięć przeznaczą na ten cel kwoty od 101.000 złotych nawet do 500.000 złotych, 5% firm planuje wydać od 501.000 złotych do 1.000.000, a 3% decyduje się na wydatki nawet powyżej 1 miliona złotych, jeden na czterech ankietowanych nie wskazał przedziału w jakim mieszczą się roczne wydatki. W 2016 roku odpowiedzi ww. danych różniły się tylko w zakresie +/- 1%.

Rynek spotkań biznesowych w Polsce pod lupą organizatorów i uczestników

Kto? Co? Za ile? I gdzie?

Dla prawie 80% firm okres kilku miesięcy - to standardowy czas, jaki planują przeznaczyć na poszukiwanie odpowiedniej lokalizacji.

Wyniki przeprowadzonych badań pokazują, że racjonalnie i bez pośpiechu firmy poszukują odpowiednich miejsc na organizację swoich spotkań oraz na wydanie przeznaczonych na ten cel środków. Zestawiając do tego dane dot. w jakim okresie organizowane są w skali roku spotkania – pozyskujemy dane pomocne dla działów sprzedaży, które mogą określić w jakich miesiącach klienci zaczynają poszukiwania. Prawie 80% firm planuje zawsze czas na poszukiwanie lokalizacji wynoszący od miesiąca do nawet ponad 6 miesięcy. Dokładniej w badaniu dane wyglądają następująco: przedsiębiorstwa decydujące się na wydanie środków na organizację spotkań biznesowych – w większości potrzebują od miesiąca do trzech na poszukiwanie odpowiedniej lokalizacji (2016 – 45%, 2017 - 41%). Nawet pół roku i więcej czasu na wybór przeznaczają co 4 firma w 2017 roku (22% - 2016). Aż 6 miesięcy wcześniej na znalezienie miejsca potrzebuje ponad 10% firm (2016, 2017). W 2016 roku żadna z badanych firm nie zadeklarowała, że potrzebuje mniej niż 14 dni na poszukiwanie lokalizacji, w 2017 tylko 1% badanych tak zadeklarował.

W jakich kwartałach planowane są konferencje? Badania potwierdzają, że w II i IV kwartale roku organizowanych jest prawie 70% ze wszystkich konferencji.

Badania 2017 potwierdzają, że w roku są dwa peaki konferencyjne, w okresie wiosennym oraz jesiennym. Na II i IV kwartał przypada prawie 70% organizowanych spotkań w roku. Najwięcej z nich ma miejsce w IV kwartale (wrzesień - grudzień) – w tym czasie organizuje je 34% z badanych firm. W kwietniu - czerwcu podobna liczba firm zadeklarowała ich organizację (32%), a zimą już co piąta (21%). Najmniej wydarzeń planowanych jest na letni czas – tylko 7% firm decyduje się na nie. W 2016 roku tendencja była podobna, jednak w ubiegłorocznym badaniu poddano każdy z miesięcy w roku, na wykresie odnotowano dwie tendencje rosnące od kwietnia do czerwca. Miesiącami w których organizowano więcej niż zwykle konferencji były także: październik oraz grudzień.

Rynek spotkań biznesowych w Polsce pod lupą organizatorów i uczestników Kto? Co? Za ile? I gdzie?

CO DECYDUJE O WYBORZE MIEJSCA NA ORGANIZACJĘ SPOTKAŃ BIZNESOWYCH I KONFERENCYJNYCH – JAKIE SĄ ZAŁOŻENIA WSTĘPNE, A JAKIE CZYNNIKI MAJĄ ZNACZENIE PRZY OSTATECZNEJ DECYZJI?

Jak pozyskać klienta konferencyjnego? Na co klienci zwracają uwagę: cena, kuchnia, odległość od siedziby, jakość świadczonych usług a może wpływ ma opinia innych?

W analizie rynku spotkań konferencyjnych i biznesowych istotne było zbadanie jakie elementy, czynniki z punktu widzenia firm są kluczowe przy wyborze miejsca spotkania.

Czy spadek wagi ceny o kilka procent w II edycji badań vs I edycja – to nowy trend na rynku? Co jest ważniejsze: jakość kuchni czy łatwość dojazdu do obiektu?

Najważniejszymi kryteriami dot. wyboru miejsca na konferencję czy spotkanie wg badanych są trzy czynniki: cena, łatwość dojazdu oraz jakość kuchni. Dla 76% badanych cena jest najważniejszym kryterium. **Ciekawym jest fakt, że w badaniu 2017 roku waga ceny vs badania 2016 roku spadła o 4%.** W tym roku następnym istotnym kryterium jest łatwość dojazdu - ważna prawie dla połowy badanych (48%), w 2016 roku była to jakość kuchni (48%). Na trzeciej pozycji uplasowała się właśnie jakość kuchni, istotna prawie dla 45% (w 2016 roku - była to łatwość dojazdu istotna dla 48%).

Ostateczne czynniki, które warunkują wybór lokalizacji... Czy cena ciągle jest tak ważna, jak przy wstępnych założeniach? Co rzeczywiście wpływało na podjętą decyzję?

Po wstępnych analizach, zdefiniowaniu swoich potrzeb, analizie ofert – klienci muszą dokonać ostatecznej weryfikacji i podjąć decyzję dot. wyboru obiektu na konferencję czy spotkanie biznesowe. W tym zakresie badania potwierdziły, że cena i bliskość/dogodny dojazd dla uczestników – to dwa najważniejsze czynniki. To one decydują ostatecznie o wyborze lokalizacji. 53% wskazało na cenę, a ponad 48% na bliskość/dogodny dojazd dla uczestników. **Jednak w tej edycji badań waga ceny spadła o 8% procent, w badaniach z 2016 roku wynosiła – 61%.**

Rynek spotkań biznesowych w Polsce pod lupą organizatorów i uczestników Kto? Co? Za ile? I gdzie?

Firmy a pracownicy. Oczekiwania uczestników vs założenia organizatorów konferencji. Czy firmy wiedzą, jak pracownicy chcieliby spędzić czas podczas spotkań konferencyjnych? Czy jedni i drudzy chcą spotykać się podczas weekendu czy raczej preferują konferencje trwające w trakcie dni pracy?

II edycja badań została poszerzona o nowe pytania i obszary. W tym roku poddano badaniom aspekt poznania potrzeb uczestników konferencji oraz zapytanie jakie są priorytety organizatorów?. Czy znają potrzeby uczestników?. W pierwszym pytaniu sprawdzono jakie dni tygodnia są dla jednych i drugich dobre na uczestnictwo w konferencji. Dla 50% uczestników dni tygodnia są bez znaczenia. 42% firm także uważa, że nie mają znaczenia dni tygodnia. W weekend chętniej niż firmy w spotkaniach służbowych uczestniczyliby pracownicy, dla 16% weekend to dobry czas, natomiast tylko 9% firm jest gotowych na poświęcenie czasu na spotkania firmowe podczas weekendu. W zakresie najważniejszych czynników, które wpływają na satysfakcję uczestników konferencji/spotkania wg organizatorów są: prawie połowa z nich uważa, że jest to jakość kuchni, następnie że to standard pokoi - twierdzi ponad 40% i że to łatwość dojazdu (39%). Najistotniejszym czynnikiem wyjazdu firmowego z perspektywy jego uczestnika jest także jakość kuchni (40%), następnie bliskość natury (35%) oraz jako trzeci element - standard pokoi (34%). Uczestnicy konferencji najchętniej na wyjazd firmowy wybraliby się w miejsca będące blisko natury (tak twierdzi prawie 30%).

II edycję badań zrealizowano na próbie przedsiębiorstw kwotowo dobranych wg klasy wielkości zatrudnienia. W badaniu pracowników była to próba ogólnopolska reprezentatywna dla ogółu ludności kraju pod względem: wieku, płci oraz miejsca zamieszkania. Kolejna, III edycja badań realizowana będzie w II połowie 2018 roku.

Hotel Narvil Conference & Spa - to licznie nagradzany nowoczesny 4-gwiazdkowy hotel, położony tylko 40 min od centrum Warszawy w zaciszu zieleni nad brzegiem rzeki Narew. Architektura budynku oraz wnętrza wpisują się i nawiązują designem do otaczającej go natury. Inwestycja powstała przy wykorzystaniu w pełni polskiego kapitału. Bazuje na wiedzy i doświadczeniu polskich ekspertów ds. biznesu i hotelarstwa. Hotel Narvil cechuje niestandardowe podejście do realizacji potrzeb klientów- inspirowane przebywającymi tu Gośćmi biznesowych i prywatnych, wyznacza trendy dla branży. Oferta skierowana jest zarówno do klienta konferencyjnego jak i indywidualnego. Hotel proponuje liczne atrakcje poczynając od nowoczesnego i designerskiego Niagara SPA, poprzez m.in.: basen, salę fitness, kręgle, korty do squasha i tenisa, plażę, miejsca grillowe czy piknikowe. Na gości hotelowych czeka 90 km oznakowanych ścieżek rowerowych i pieszych biegnących wśród okolicznych lasów i wzdłuż rzeki Narew, przystań wodna dla amatorów żeglarstwa i sportów wodnych oraz liczne atrakcje

Rynek spotkań biznesowych w Polsce pod lupą organizatorów i uczestników

Kto? Co? Za ile? I gdzie?

dla dzieci. Narvil to także jedna z najlepszych kuchni w Polsce. Mieszcząca się tam restauracja Aruana otrzymała wiele nagród i wyróżnień polskich oraz międzynarodowych. Obiekt posiada 332 nowoczesne pokoje i apartamenty oraz centrum kongresowo-konferencyjne z 33 salami konferencyjnymi wyposażonymi w najnowocześniejsze rozwiązania technologiczne. Przestrzeń konferencyjna to 4000 tys. mkw. powierzchni mieszczących do 1900 osób. Hotel Narvil to polski lider w branży, zdobywca wielu prestiżowych nagród w tym: Hotel Roku 2014 wg: HRS.pl., Newsweek i Forbes, TOPHOTEL 2014, Najlepszy Hotel z Pomysłem, Doskonałość Roku 2014, Najlepszy Debiut na Rynku oraz Najlepszy Hotel 4-5*.

Więcej informacji udziela Biuro Prasowe:

Nina Pędzich
tel. 694 859 767
nina.pedzich@mwmpr.pl



Dominik Desperak
tel. 531 676 595
dominik.desperak@mwmpr.pl

