

Krzysztof Celuch
Magdalena Kondas
Szkoła Główna Turystyki i Rekreacji

ANALIZA ILOŚCIOWO-JAKOŚCIOWA SPOTKAŃ I WYDARZEŃ ZORGANIZOWANYCH W 2014 ROKU PRZEZ REKOMENDOWANYCH ORGANIZATORÓW KONGRESÓW I PODRÓŻY MOTYWACYJNYCH POLAND CONVENTION BUREAU POLSKIEJ ORGANIZACJI TURYSTYCZNEJ

Streszczenie

Analiza ilościowo-jakościowa za rok 2014 dotyczy 1948 spotkań i wydarzeń zorganizowanych przez rekomendowanych organizatorów kongresów i podróży motywacyjnych Poland Convention Bureau Polskiej Organizacji Turystycznej. Analiza zebranego materiału ukazuje kierunki rozwoju kluczowych organizatorów spotkań, charakterystykę rynku i tendencje, którym ulegają stowarzyszenia i korporacje organizujące spotkania i wydarzenia. Ponadto pokazuje aktywność agencji eventowych, organizatorów kongresów oraz firm obsługujących korporacje działające w Polsce. 45,38% wszystkich spotkań stanowiły te określane jako branża humanistyczna czyli takie, które były związane z kulturą, sztuką – filologią, muzykologią, etyką, filozofią, oraz ze społeczeństwem – historią, archeologią, socjologią, psychologią, ekonomią i antropologią.

Słowa kluczowe: przemysł spotkań, zarządzanie wydarzeniami, kongresy, podróże motywacyjne.

Kody JEL: L8, R1

Wstęp

Organizatorzy kongresów i podróży motywacyjnych rekomendowani przez Poland Convention Bureau Polskiej Organizacji Turystycznej to wyspecjalizowane organizacje zajmujące się organizacją kongresów, podróży służbowych i podróży motywacyjnych. W ramach systemu rekomendacji funkcjonuje kilkanaście podmiotów, które spełniły określone wymagania i przekazały dane, na bazie których został stworzony materiał pozwalający na analizę ilościowo-jakościową spotkań zorganizowanych w 2014 roku.

Analiza zebranego materiału ukazuje kierunki rozwoju kluczowych organizatorów spotkań, charakterystykę rynku i tendencje w działaniach stowarzyszeń i korporacji organizujących spotkania i wydarzenia. Ponadto pokazuje aktywność agencji eventowych, organizatorów kongresów oraz firm obsługujących korporacje działające w Polsce.

W 2014 roku rekomendowani organizatorzy kongresów i podróży motywacyjnych zorganizowali w sumie 1948 spotkań i wydarzeń biznesowych, gospodarczych i politycznych. Dane zostały przekazane przez dwadzieścia dwa podmioty, które zgodnie z regulaminem posiadały rekomendację Poland Convention Bureau Polskiej Organizacji Turystycznej. Szczegółowe analizy były zbierane na podstawie kwestionariusza, który jest również wykorzystywany przez regionalne convention bureaux w Polsce do przygotowania lokalnych badań statystycznych. Głównym celem badania była identyfikacja wielkości organizowanych na terenie Polski w 2014 roku spotkań i wydarzeń przez podmioty rekomendowane przez Polską Organizację Turystyczną Poland Convention Bureau.

Metoda i próba badawcza

Analiza przedstawiona w opracowaniu jest oparta na normach przyjętych w studium dotyczącym turystyki związanej ze spotkaniami *Measuring the Economic Importance of the Meetings Industry Developing a Tourism Satellite Account Extension*, opracowanym przez Światową Organizację Turystyki (UNWTO) oraz członków afiliowanych. Zgodnie z normami UNWTO, w opracowaniach statystycznych są brane pod uwagę spotkania i wydarzenia spełniające takie warunki, jak: udział minimum dziesięciu uczestników, czas trwania minimum pół dnia tj. cztery godziny, miejsce (obiekt), w którym odbywa się spotkanie zostało opłacone specjalnie w tym celu.

Badanie zostało przeprowadzone w firmach organizujących spotkania i wydarzenia zgodnie z przyjętymi międzynarodowymi wytycznymi, w tym:

- konferencje/kongresy – międzynarodowe spotkania stowarzyszeń bez wyraźnego podziału na spotkania rządowe i pozarządowe,
- wydarzenia korporacyjne – wydarzenia firmowe ze szczególnym zwróceniem uwagi na szkolenia, warsztaty, seminaria, konferencje prasowe, premiery produktów,
- wydarzenia motywacyjne, w tym podróże, wyjazdy motywacyjne o charakterze gratyfikacyjnym, uznaniowym,
- targi – termin oznacza duże wydarzenia o dowolnej tematyce, zazwyczaj odbywające się na terenie obiektów wystawienniczych.

Założenia i cele zostały zweryfikowane na podstawie analizy ilościowo-jakościowej oraz ujęte również w kontekście branżowym z podziałem na spotkania i wydarzenia mieszczące się w następujących grupach tematycznych:

- humanistyczne – spotkania i wydarzenia związane z kulturą, sztuką, jak, filologia, muzykologia, etyka, filozofia, oraz te związane ze społeczeństwem, jak historia, archeologia, socjologia, psychologia, ekonomia i antropologia;
- techniczne – spotkania i wydarzenia związane z architekturą i urbanistyką, automatyką i robotyką, biocybernetyką, budownictwem, elektroniką, elektrotechniką, geodezją i kartografią, górnictwem, inżynierią, technologią chemiczną, transportem;
- informatyczno-komunikacyjne – spotkania i wydarzenia związane z dyscypliną naukową i techniczną zajmującą się przetwarzaniem informacji, a w tym technologiami przetwarzania informacji, technologiami wytwarzania systemów przetwarzających informacje oraz systemami komunikacji, komunikacją oraz jej pochodnymi;
- ekonomiczno-polityczne spotkania i wydarzenia związane z ekonomią, polityką, finansami, naukami o zarządzaniu, towaroznawstwem;
- medyczne – spotkania i wydarzenia związane z naukami medycznymi w tym: stomatologią, farmacją, zdrowiem publicznym, fizjoterapią, diagnostyką laboratoryjną, technologią medyczną, biologią medyczną, biogerontologią.

Zakres przedmiotowy analizy objął spotkania i wydarzenia, które odbyły się w polskich miejscowościach w 2014 roku. Przyjętymi kryteriami analizy spotkań i wydarzeń są:

- liczba uczestników i ich narodowości;
- czas trwania krajowych i międzynarodowych spotkań oraz wydarzeń;
- kategorie i rodzaje spotkań i wydarzeń.

W celu uzyskania informacji na temat wspomnianych zmiennych został przygotowany wzór kwestionariusza. Zbieranie danych do ankiet odbywało się w okresie od 1 do 31 stycznia 2015 roku. Zakres przedmiotowy badania objął firmy, które miały możliwość organizować spotkania i wydarzenia zgodnie z określonymi wytycznymi,

Zakres przedmiotowy analizy objął spotkania i wydarzenia, które odbyły się na terenie Polski. Jednocześnie warto zauważyć, iż analizowane informacje zostały uzyskane od wszystkich rekomendowanych firm, co oznacza, iż stopa zwrotu wynosiła 100%.

Próba badawcza pokryła się z listą firm rekomendowanych przez Polską Organizację Turystyczną i składała się z podmiotów zrzeszonych w ramach dwóch programów. Pierwszy z nich określany jest jako program rekomendacji dla profesjonalnych organizatorów kongresów i jest skierowany do firm wyspecjalizowanych w kompleksowej organizacji i obsłudze kongresów w Polsce. Rekomendację mogą uzyskać podmioty gospodarcze wyspecjalizowane w planowaniu i organizacji kongresów, posiadające odpowiednie doświadczenie organizacyjne, zaplecze techniczne oraz przeszkolony zespół pracowników umożliwiający pełną realizację kongresu własnego lub zleconego dla min. 250–500 uczestników.

Drugi program – rekomendacje dla organizatorów podróży motywacyjnych – skierowany jest do firm wyspecjalizowanych w kompleksowej organizacji i obsłudze podróży motywacyjnych (*incentive*) w Polsce. Rekomendację mogą uzyskać podmioty gospodarcze wyspecjalizowane w planowaniu i organizacji podróży motywacyjnych (*incentive*) w Polsce, posiadające odpowiednie doświadczenie organizacyjne, zaplecze techniczne oraz przeszkolony zespół pracowników umożliwiający pełną realizację imprez *incentive* dla min. 50–100 uczestników.

Analiza i wyniki badań

Analizując 1948 spotkań i wydarzeń, ustalono, iż najsilniej reprezentowaną kategorią w opracowaniu za rok 2014, okazały się kongresy i konferencje, których odbyło się 1369, co stanowiło 70,28% wszystkich wydarzeń zrealizowanych przez omawianych organizatorów (por. wykres 1). Kolejną grupę stanowiły wydarzenia korporacyjne – 276 i 14,17% całości spotkań. Trzecią, co do wielkości, grupę stanowią wydarzenia motywacyjne – 158 (8,11%) oraz targi i wystawy – 145 (7,44%) (por. tabela 1).

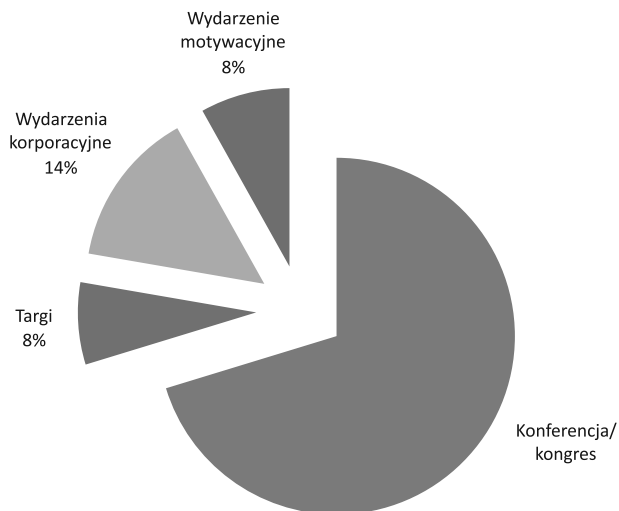
Na wykresie 2 pokazano podział ze względu na rodzaj, z wyróżnieniem spotkań i wydarzeń o charakterze: ekonomiczno-politycznym, humanistycznym, medycznym, informatyczno-komunikacyjnym oraz technologicznym. Najliczniejszą grupę stanowią spotkania i wydarzenia o charakterze humanistycznym (45,38%). Kolejne to techniczne (28,70%) oraz ekonomiczno-polityczne (14,32%). Natomiast najmniej zostało zorganizowanych spotkań o charakterze medycznym (7,8%) oraz informatyczno-komunikacyjnym (3,8%).

Tabela 1. Liczba spotkań i wydarzeń zorganizowanych przez rekomendowane podmioty w 2014 roku

Wyszczególnienie	Liczba	%
Konferencja/kongres	1 369	70,28
Targi	145	7,44
Wydarzenia korporacyjne	276	14,17
Wydarzenie motywacyjne	158	8,11
Razem	1 948	100,00

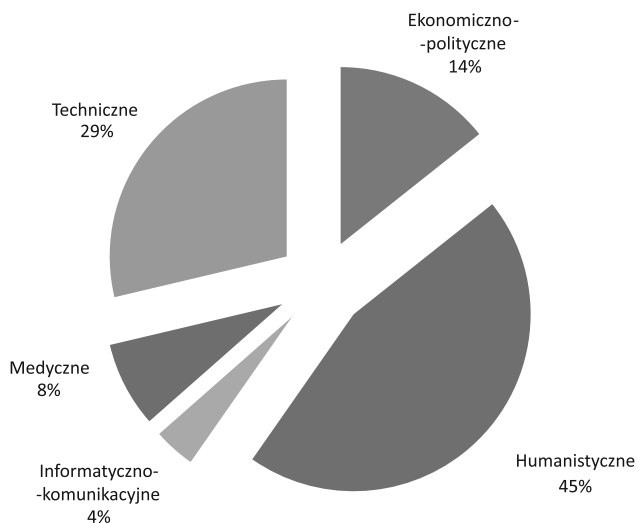
Źródło: opracowanie własne.

Wykres 1. Liczba spotkań i wydarzeń zorganizowanych przez rekomendowane podmioty według kategorii spotkań w 2014 roku



Źródło: opracowanie własne.

Wykres 2. Liczba spotkań i wydarzeń zorganizowanych przez rekomendowane podmioty według rodzaju spotkań w 2014 roku



Źródło: jak w wykresie 1.

Kolejnym czynnikiem, który został poddany analizie, był charakter spotkania ze względu na liczbę uczestników. Zgodnie z przyjętymi normami zostały wyróżnione spotkania z podziałem na branże. I tak, spotkania o charakterze humanistycznym zgromadziły 32,77% uczestników (460 064). Kolejnymi grupami, ze względu na liczbę uczestników okazały się spotkania o charakterze technicznym 27,35% i 383 975 uczestników, następnie ekonomiczno-polityczne stanowiące 25,6% i 359 477 uczestników. Najmniej uczestników zgromadziły spotkania o charakterze medycznym 7,78% – 109 211 uczestników oraz informatyczno-komunikacyjne 6,5% – 91 221 uczestników (por. tabela 2).

Tabela 2 Liczba uczestników i spotkań według rodzaju

Rodzaj spotkania	Liczba	%	Liczba uczestników	%
Ekonomiczno-polityczne	279	14,32	359 477	25,60
Humanistyczne	884	45,38	460 064	32,77
Informatyczno-komunikacyjne	74	3,80	91 221	6,50
Medyczne	152	7,80	109 211	7,78
Techniczne	559	28,70	383 975	27,35
Razem	1 948	100,00	1 403 948	100,00

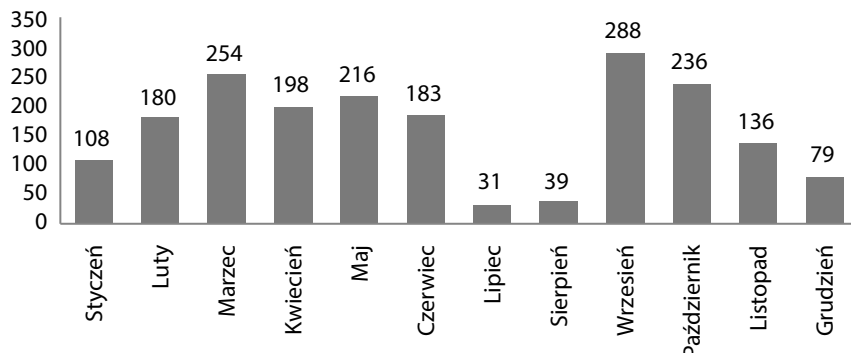
Źródło: jak w tabeli 1.

Elementem, na który warto zwrócić uwagę przy analizie jakościowej jest również sezonowość. Sezon turystyczny w Polsce to okres, który w dużych miastach skupia się w miesiącach od maja do września, a w kurortach ogranicza się do lata (lipiec-sierpień) i zimy (styczeń-luty).

Przemysł spotkań i spotkania z nim związane różnią się jednak grupą docelową, a także sezonowością. Miesiące, w których natężenie indywidualnego ruchu turystycznego jest mniejsze, to okres, w którym odbywają się liczne spotkania biznesowe, polityczne i gospodarcze.

W przypadku przeprowadzonej analizy, to wrzesień (288) i marzec (254) okazały się miesiącami, podczas których rekomendowane podmioty zorganizowały najwięcej spotkań i wydarzeń w Polsce. Najrzadziej wybieranym miesiącem okazał się już tradycyjnie miesiąc letni – tym razem lipiec (31) (por. wykres 3).

Wykres 3. Sezonowość liczby spotkań i wydarzeń zorganizowanych przez rekomendowane podmioty w 2014 roku



Źródło: jak w wykresie 1.

Podsumowanie

Tegoroczne zestawienie ukazuje materiał zebrany od 22 podmiotów (podobnie jak w 2013 roku), które posiadają rekomendację Poland Convention Bureau Polskiej Organizacji Turystycznej. Firmy zrzeszone w programie to kluczowe podmioty zajmujące się na polskim rynku zarządzaniem i organizacją wydarzeń biznesowych. Warszawa, Kraków, Gdańsk, Katowice czy Wrocław to tylko wybrane miasta, w których działają podmioty zajmujące się koordynacją konferencji.

Kongresy, konferencje czy wydarzenia korporacyjne przygotowane przez rekomendowanych organizatorów to bardzo często wydarzenia koordynowane w całości – momentu pozyskania klienta po realizację, biorąc pod uwagę ich specyfikę i dynamikę.

Firmy, które ponownie uzyskały rekomendacje Poland Convention Bureau, przedstawiły historię swojej działalności w latach 2012–2014 i rekomendacje zagranicznych partnerów, ukazując swoje możliwości oraz niejednokrotnie innowacyjność.

Analiza jest kolejną próbą scharakteryzowania rynku spotkań i wydarzeń organizowanych przez rekomendowane przez Poland Convention Bureau Polskiej Organizacji Turystycznej firmy. Dane podsumowujące rok 2014 dotyczą 1948 spotkań i wydarzeń, z czego ponad 70,28% to kongresy i konferencje. Pokazuje to znaczący wzrost w porównaniu z rokiem 2013, kiedy taka sama liczba firm zorganizowała 1460 spotkań i wydarzeń.

45,38% wszystkich spotkań stanowiły określone jako branża humanistyczna czyli takie, które były związane z kulturą, sztuką – filologią, muzykologią,

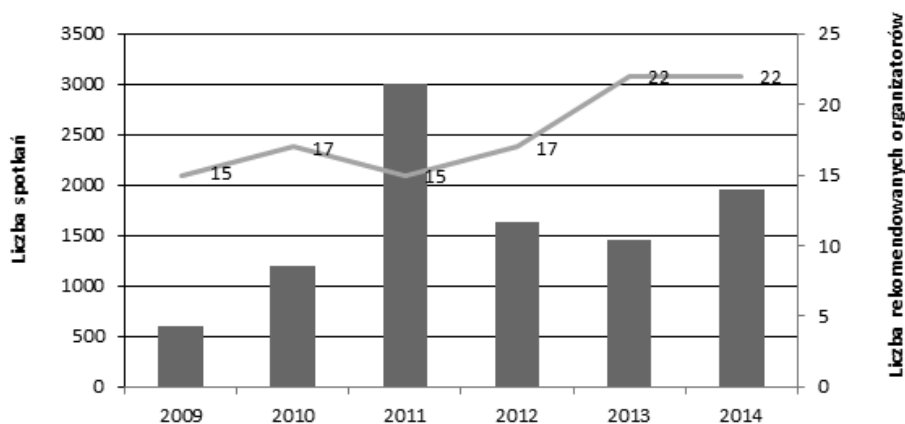
etyka, filozofią, oraz ze społeczeństwem – historią, archeologią, socjologią, psychologią, ekonomią i antropologią.

Przemysł spotkań to przede wszystkim spotkania różnych grup zainteresowanych w ściśle określonym celu, co oznacza, że najważniejsi są ludzie, którzy udają się w podróż. W 2014 roku w 1948 spotkaniach i wydarzeniach, które zostały zorganizowane przez rekomendowanych organizatorów, wzięło udział 1 403 948 uczestników, co daje ponad 100% wzrost w porównaniu z rokiem 2013 (715 355).

Podsumowując przeprowadzone badanie, warto zaznaczyć, iż system rekomendacji prowadzony przez Polską Organizację Turystyczną skupia corocznie ponad dwadzieścia kluczowych firm działających na rynku spotkań w Polsce. Analiza ilościowo-jakościowa charakteryzuje fragment rynku i ukazuje tendencje działania podmiotów zainteresowanych pozyskiwaniem konferencji czy podróży motywacyjnych. Może być również cennym zasobem informacyjnym do tworzenia analiz marketingowych oraz stanowić podstawy do prowadzenia analizy ekonomicznej polskiego rynku spotkań.

Analiza ukazująca roczne zestawienia za lata 2009–2013 została wzbogacona o kolejny rok. Na wykresie 4 pokazano zależności, które wynikają z liczby podmiotów oraz liczby organizowanych spotkań. Warto jednak zaznaczyć, iż wartości te dotyczą jedynie grupy firm zaangażowanych w system rekomendacji.

Wykres 4. Liczba spotkań zorganizowanych przez rekomendowanych organizatorów w latach 2009–2013



Źródło: jak w wykresie 1.

W ostatnich sześciu latach rok 2011 był okresem, w którym została zorganizowana największa liczba spotkań (3001). Co ciekawe dane dotyczące tych

spotkań zaprezentowało tylko 15 firm. Liczba rekomendacji wzrosła o ponad 32% i warto zaznaczyć, iż firmy posiadające podwójne rekomendacje brane są pod uwagę tylko raz. Istotne jest natomiast zaznaczenie, iż przy tej samej liczbie podmiotów rekomendowanych (22 firmy) liczba spotkań wzrosła o ponad 500, a liczba uczestników – co jest kluczowe – o ponad 100%.

Tabela 3. Liczba spotkań zorganizowanych przez rekomendowanych organizatorów w latach 2009–2014

Rok	Liczba spotkań	Liczba rekomendowanych
2009	600	15
2010	1 193	17
2011	3 001	15
2012	1 638	17
2013	1 460	22
2014	1 948	22

Źródło: jak w tabeli 1.

Bibliografia

- Celuch K. (2014), *Przemysł spotkań. Wiedza, produkt, motywacja*, Akademia Finansów i Biznesu Vistula, Warszawa.
- Celuch K. (2013), Raport: *Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce – Poland Meetings and Events Industry Report 2013*, Warszawa.
- Celuch K. (2014), Raport: *Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce – Poland Meetings and Events Industry Report 2014*, Warszawa.
- Convention Industry Council (2005), *APEX Industry Glossary, The glossary of the meetings, conventions and exhibitions industry*, Alexandria, VA, USA.
- Organizacja Narodów Zjednoczonych (1995), *Terminologia turystyczna. Zalecenia WTO, ONZ-WTO, UKFiT*, Warszawa.
- World Tourism Organisation (2006), *Measuring the Economic Importance of the Meetings Industry. Developing a Tourism Satellite Account Extension*, World Tourism Organisation, Madrid.

A Quantitative and Qualitative Analysis of Meetings and Event Organised in 2014 by the Recommended Organisers of Congresses and Motivational Trips of the Poland Convention Bureau of the Polish Tourist Organisation

Summary

The quantitative and qualitative analysis for the year 2014 concerns 1948 meetings and events organised by the recommended organisers of congresses and motivational trips of the Poland Convention Bureau of the Polish Tourist Organisation. The analysis of the collected material presents the directions of development of the key organisers of meetings, the market description and the trends undergone by the associations and corporations organising meetings and events. Moreover, it shows activity of event agencies, organisers of congresses, and firms serving the corporations operating in Poland. 45.38% of all meetings were those described as the humanistic branch, i.e. such which were connected with culture and arts: philology, musicology, ethics, philosophy as well as with the society: history, archaeology, sociology, psychology, economics, and anthropology.

Key words: industry of meetings, event management, congresses, motivational trips.

JEL codes: L8, R1

Artykuł nadesłany do redakcji w styczniu 2014 r.
© All rights reserved

Afiliacja:
dr Krzysztof Celuch
mgr Magdalena Kondas
Szkoła Główna Turystyki i Rekreacji
ul. Stokłosa 3
02-787 Warszawa
tel.: 22 457 23 84
e-mail: k.celuch@vistula.edu.pl