

Mrągowo, 25.11.2015 r.

Raport z badania ankietowego

Niniejsza analiza stanowi prezentację wyników badań ankietowych przeprowadzonych w ramach projektu realizowanego przez Lokalną Organizację Turystyczną „Ziemia Mrągowska” pod tytułem: Convention Bureau Masuria (CBM) współfinansowanego ze środków Ministerstwa Sportu i Turystyki.

Badanie było przeprowadzone podczas dwóch spotkań CBM: 02.10.2015 r. w Hotelu Anek i 20.10.2015 r. w Centrum Kultury i Turystyki w Mrągowie.

Celem było poznanie opinii na temat stanu rozwoju turystyki biznesowej na Warmii i Mazurach. Liczebność reprezentatywnej próby badania wyniosła 31 podmiotów branży turystycznej (obiekty konferencyjne, firmy eventowe, Port Lotniczy) z województwa warmińsko-mazurskiego. Badanie było zrealizowane przy zastosowaniu metody ankietowania, przez dobrowolne wypełnienie udostępnionych ankiet. Dwustronicowy kwestionariusz ankietowy został opracowany przez p. Ewelinę Krzywosz – specjalistę ds. marketingu CBM.

Blisko 2/3 ankietowanych uważa, że Warmia i Mazury nie są kojarzone jako destynacja biznesowa w kraju a zagranicą niemalże wszyscy. Blisko 57% respondentów twierdzi, że region jest promowany jako miejsce idealne do organizacji konferencji, kongresów, eventów, szkoleń itp. w sposób niedostateczny a zaledwie dwóch ankietowanych bardzo dobry. Większość ankietowanych stanowiących blisko 84% próby wskazują, że w działaniach promujących Warmię i Mazury jako miejsce przyjazne przemysłowi brakuje kampanii promocyjnej w mediach. Z narzędzi promocyjnych respondenci wymienili również katalog obiektów turystyki biznesowej, film promocyjny, stronę internetową, wizyty studyjnej dla organizatorów spotkań. Aż 94% ankietowanych twierdzi, że na Warmii i Mazurach istnieje odpowiednia baza zarówno noclegowa, gastronomiczna, konferencyjna, zapelcza technicznego oraz firm eventowych do zorganizowania szeroko rozumianego przemysłu spotkań. Przewaga ocen dostatecznej i niedostatecznej to wynik odpowiedzi na pytanie dotyczące rozwoju turystyki biznesowej w regionie Warmii i Mazur. Niemalże wszyscy respondenci stanowiący 97% próby twierdzą, że w regionie nie istnieje profesjonalny podmiot odpowiedzialny za rozwój turystyki biznesowej w województwie warmińsko-mazurskim. Badanie wykazuje, że większość obiektów rocznie organizuje kilkadziesiąt wydarzeń biznesowych w ciągu roku, natomiast ok. 23% ankietowanych organizuje ich rocznie kilkaset.

Respondenci uważają, że ilość organizowanych wydarzeń z szeroko rozumianego przemysłu spotkań zawdzięcza w 87% działowi marketingu. Jest to również efekt współpracy z firmami zewnętrznymi. Wszyscy ankietowani zgodnie podkreślili, że istnieje potrzeba stworzenia koncepcji/planu/strategii rozwoju turystyki biznesowej na Warmii i Mazurach.

Przeprowadzone badanie ankietowe umożliwiło w pewnej mierze poznanie ogólnego stanu rozwoju turystyki MICE na terenie Warmii i Mazur.

Opracowanie:

Ewelina Krzywosz