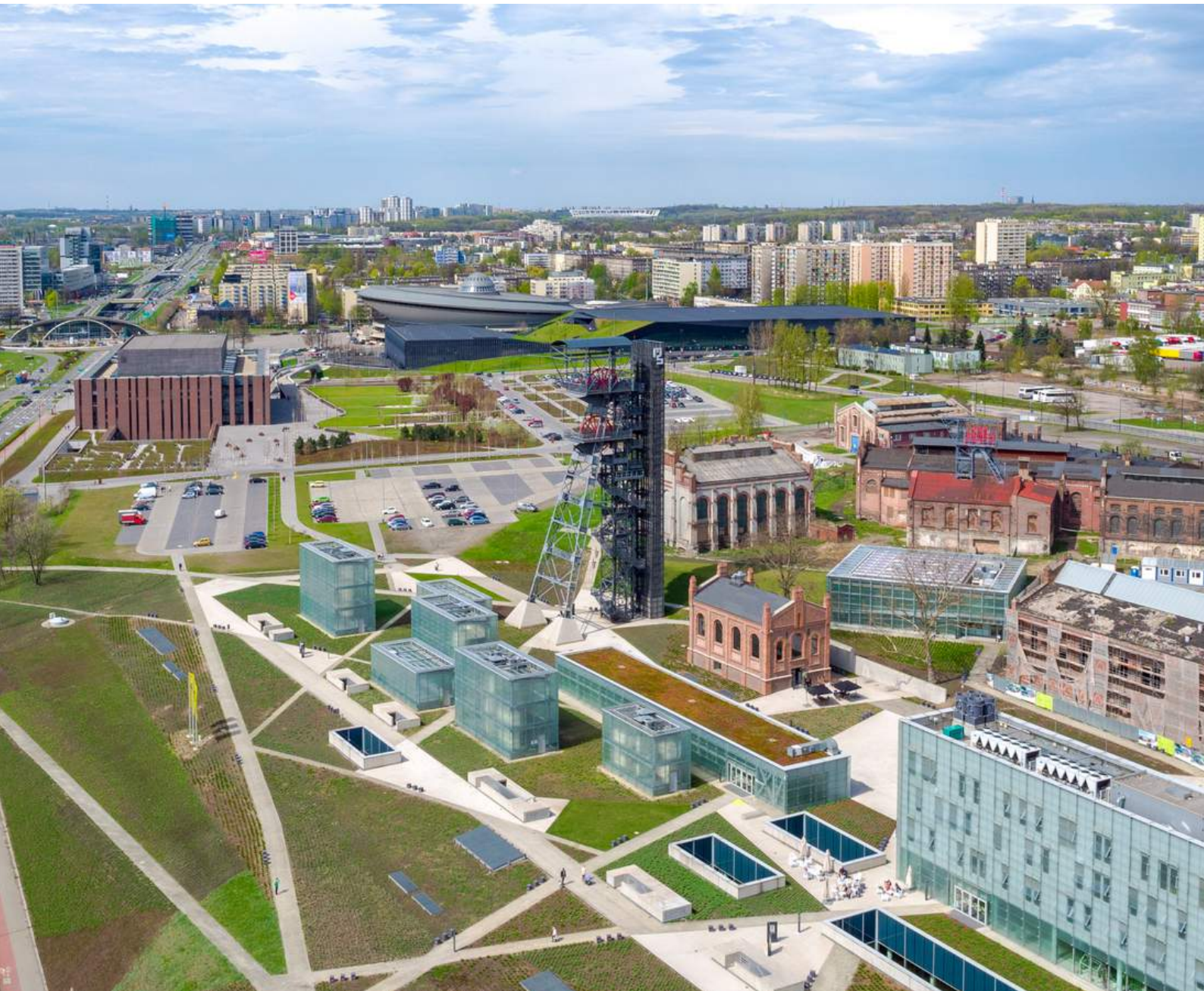


RAPORT

Rynek turystyki biznesowej w Katowicach w 2017 roku.

Badanie rynkowe uczestników spotkań konferencyjnych

dr Krzysztof Cieślowski



LUTY 2018

Convention Bureau Katowice



Przedmowa

Szanowni Państwo,

rozwój gospodarczy w Polsce (wzrost PKB powyżej 4% r/r), dynamika zmian gospodarczych i politycznych w Unii Europejskiej i na świecie oraz aktywna promocja miasta Katowice z wykorzystaniem wydarzeń, przyczyniły się w znacznym stopniu do dalszego rozwoju także przemysłu spotkań w Katowicach.

W 2017 roku zrealizowano w Katowicach **6 334 wydarzenia biznesowe**, w tym m.in.: kolejną edycję Intel Extreme Masters (ponad 173 tys. odwiedzających), Europejski Kongres Gospodarczy, Kongres Małych i Średnich Przedsiębiorstw, Międzynarodowe Targi Górnictwa, Przemysłu Energetycznego i Hutniczego (wydarzenie raz na dwa lata) czy też Targi Muzyki Świata WOMEX (World Music Expo). We wszystkich wydarzeniach biznesowych i spotkaniach konferencyjnych w Katowicach w 2017 roku było **826 883 uczestników**.

Administracja miasta kontynuuje promocję Katowic poprzez wydarzenia.

W 2017 r. wykupiono pakiety promocyjne w 27 wydarzeniach zrealizowanych na terenie miasta Katowice. Pracownicy Katowice Convention Bureau uczestniczyli w wydarzeniach międzynarodowych zagranicą promując miasto Katowice i prowadząc aktywne rozmowy w sprawie realizacji kolejnych wielkich wydarzeń biznesowych w Katowicach.

W 2017 ogłoszono, że Katowice będą miastem gospodarzem kolejnych wielkich międzynarodowych wydarzeń: Światowy Szczyt Klimatyczny ONZ – COP 2018 (Conferences of the Parties) oraz Światowy Kongres Antydopingowy 2019.

Najważniejsze spotkanie biznesowe poświęcone światowej polityce klimatycznej odbędzie się w Katowicach w dniach od 3 do 14 grudnia 2018 r..

Natomiast Światowy Kongres Antydopingowy to najważniejsze wydarzenie decydujące o globalnej polityce antydopingowej w sporcie. Katowice, które będą gospodarzem tego wydarzenia w 2019 roku pokonały wygrały rywalizację z Genewą oraz stolicą Omanu, Maskat.

Wydarzenia te mogą być kolejnymi kamieniami milowymi w rozwoju turystyki biznesowej, różnych sfer życia społeczno-gospodarczego miasta Katowice, jak i promocji miasta, szczególnie na rynkach międzynarodowych.

Rynek turystyki biznesowej w Katowicach rozwija się, zarówno po stronie podażowej, jak i popytowej. Łączna liczba spotkań konferencyjnych i innych wydarzeń biznesowych w Katowicach w 2017 roku jest porównywalna z poprzednim rokiem, jednak zwiększyła się liczba osób odwiedzających takie wydarzenia, jak i wydłużył się średni czas ich trwania.

Kolejna edycja Raportu zawiera analizę rynku turystyki biznesowej (liczbę wydarzeń w mieście, liczbę uczestników, czas trwania wydarzeń biznesowych), a także analizę wielkości wydatków uczestników i ich strukturę.

Zapraszam do lektury

dr Krzysztof Cieślowski

Spis treści

Wprowadzenie	3
1 Katowice – atrakcyjna destynacja dla spotkań konferencyjnych i wydarzeń biznesowych	5
1.1 Kluczowe informacje o Katowicach dla rozwoju przemysłu wydarzeń biznesowych	5
1.2 Największe wydarzenia biznesowe w 2017 roku w Katowicach	9
2 Podstawowe pojęcia i terminy	12
3 Spotkania konferencyjne i wydarzenia biznesowe w Katowicach	15
3.1 Metodyka badań rynkowych na potrzeby oszacowania popytu zrealizowanego na rynku spotkań konferencyjnych i wydarzeń biznesowych na terenie miasta Katowice	15
3.2 Analiza zrealizowanych spotkań konferencyjnych w 2017 r.	16
4 Badania uczestników spotkań konferencyjnych w Katowicach w 2017 r.	22
4.1 Metodyka badań uczestników spotkań konferencyjnych	22
4.2 Charakterystyka próby badawczej	24
5 Wyniki badań rynkowych delegatów - uczestników spotkań konferencyjnych w Katowicach w 2017 r i ich analiza.	27
5.1 Aktywność konferencyjna delegatów	27
5.1.1 Katowice jako miejsce docelowe dla delegatów na tle kraju	27
5.1.2 Trendy w aktywności delegatów w uczestnictwie w spotkaniach konferencyjnych w Polsce ..	28
5.2 Preferowane środki transportu uczestników spotkań konferencyjnych w Katowicach	29
5.3 Identyfikacja głównych motywacji uczestnictwa w spotkaniach konferencyjnych	30
5.4 Percepcja miasta Katowice jako miejsca spotkań konferencyjnych i wydarzeń biznesowych w świetle badań delegatów	31
5.4.1 Identyfikacja najważniejszych atrybutów miejscowości dla uczestników spotkań konferencyjnych	31
5.4.2 Określenie poziomu spełnienia oczekiwań delegatów wobec Katowic jako miejscowości konferencyjnej	33
5.4.3 Silne i słabe strony miasta Katowice jako miejsca dla uczestnictwa w spotkaniach konferencyjnych i wydarzeniach biznesowych	34
5.5 Struktura i wielkość wydatków uczestników spotkań konferencyjnych w Katowicach	37
Podsumowanie	40
Materiały źródłowe	42
Raporty i opracowania	42
Witryny internetowe	43
Spis tabel	44
Spis rysunków	45

Wprowadzenie

Instytucje międzynarodowe badające ruch turystyczny na świecie z roku na rok odnotowują coraz większą liczbę podróży na świecie¹. Rozwija się także turystyka biznesowa, mierzona liczbą podróży związanych z wyjazdami służbowymi (w tym także na spotkania grupowe), wydatkami podróżujących służbowo², jak i liczbą wydarzeń biznesowych i spotkań konferencyjnych³. Rozwój turystyki biznesowej do określonych destynacji powodowany jest czynnikami ekonomicznymi, ale także zmianami politycznymi, społeczno-demograficznymi czy też technologicznymi na świecie. Z uwagi na fakt, iż zmiany te zauważalne są w statystykach gdzie pojawiają się duże miasta, uznaje się, że turystyka biznesowa może stanowić atrakcyjny produkt miast, jako destynacja biznesowych spełniających wymagania klientów instytucjonalnych. Odnosi się to szczególnie do miast o dużej aktywności gospodarczej, o dobrej dostępności komunikacyjnej z szerokim zapleczem konferencyjnym i noclegowym⁴.

W świetle zachodzących zmian w ruchu turystycznym na świecie, jak i innych uwarunkowań zewnętrznych oraz rozwijanego potencjału materialnego i organizacyjnego dla organizacji i obsługi wydarzeń biznesowych, wydaje się, że Katowice stanowią atrakcyjną destynację i wykorzystują swoją szansę na rynku turystyki biznesowej. Administracja miasta aktywnie wspomaga rozwój spotkań konferencyjnych i wydarzeń biznesowych, jako atrakcyjnych produktów turystycznych miasta, a także wykorzystuje je w promocji na różnych innych rynkach.

W 2017 roku zrealizowano w Katowicach 6 334 wydarzenia biznesowe i spotkania konferencyjne. Odnotowano w nich łącznie 826 883 odwiedzających. Największym wydarzeniem były targi gier komputerowych Intel Extreme Masters, które zrealizowano w dniach od 25 do 26 lutego oraz od 3 do 5 marca 2017 w Międzynarodowym Centrum Kongresowym i Hali Spodek. Odwiedziło je ponad 173 tys. osób. Warto zaznaczyć, iż administracja miasta kontynuuje promocję Katowic z wykorzystaniem spotkań biznesowych i w 2017 roku wykupiła pakiety promocyjne w 27 wydarzeniach zrealizowanych na terenie miasta Katowice, na łączną kwotę 9 mln zł.

Rozwój przemysłu spotkań, bezpośrednio wydatki administracji miasta z tym związane, a także wydatki pośrednie (np. na infrastrukturę drogową, obiekty spotkań) wymagają obserwacji i badań rynkowych.

Celem niniejszego opracowania jest identyfikacja kluczowych elementów popytu zrealizowanego na rynku turystyki biznesowej w Katowicach i jego charakterystyka, a także identyfikacja zachowań uczestników spotkań konferencyjnych i innych wydarzeń biznesowych w Katowicach w 2017 r..

Dla realizacji celów zastosowano metody analizy i obserwacji aktywnej (uczestniczącej), jak i biernej, z wykorzystaniem źródeł wtórnych i badań własnych.

¹ Por. *Tourism Highlights, 2017 Edition*. UN WTO, Madrid 2017

² por. *World Travel & Tourism Economic Impact 2017*. World Travel & Tourism Council, London 2017

³ por. *International Meetings Statistics Report 58th edition*. Union of International Associations (UIA), Brussels 2017; *The International Association Meetings Market 2016. ICCA Statistics Report*. ICCA, Amsterdam 2017

⁴ Por. K. Cieślowski: *Zarządzanie turystyką biznesową. Aspekty globalne i lokalne*. AWF Katowice 2016, s.

Realizując badania rynkowe i opracowując ich wyniki, dokonano zliczeń spotkań biznesowych (w tym ich uczestników, dni konferencyjnych) i zidentyfikowano ich strukturę (według ogólnie przyjętych kryteriów) i sezonowość.

Przeprowadzono także badania ankietowe z uczestnikami wybranych spotkań konferencyjnych z wykorzystaniem kwestionariusza ankietowego jako narzędzia badawczego.

Scharakteryzowano aktywność konferencyjną uczestników spotkań konferencyjnych i wydarzeń biznesowych (liczbę ogólną, w których uczestniczyli w 2017 r., określono ile z tych spotkań stanowiły spotkania w Katowicach, jaka część z tych zrealizowanych w Katowicach wiązała się z noclegiem) a także wskazano trendy w aktywności delegatów w uczestnictwie w spotkaniach konferencyjnych w Polsce.

Następnie dokonano:

- identyfikacji wykorzystanych środków transportu przez uczestników spotkań konferencyjnych w Katowicach,
- identyfikacji głównych motywacji uczestnictwa w spotkaniach konferencyjnych,
- określono percepcje miasta Katowice jako miejsca spotkań konferencyjnych i wydarzeń biznesowych,
- określono strukturę i wielkość wydatków uczestników spotkań konferencyjnych w Katowicach,
- oszacowano wielkość całkowitych wydatków uczestników spotkań konferencyjnych i wydarzeń biznesowych w Katowicach w 2017 roku.

Raport składa się z wprowadzenia, pięciu części, podsumowania.

W pierwszej części odniesiono się do ogólnej charakterystyki miasta Katowice, ze szczególnym uwzględnieniem hotelowej bazy noclegowej, a także największych spotkań konferencyjnych i wydarzeń biznesowych zrealizowanych w Katowicach w 2017 roku.

Następna część stanowi odniesienie do zastosowanych w Raporcie terminów i pojęć.

W trzeciej części Raportu dokonano analizy zrealizowanych spotkań konferencyjnych i innych wydarzeń biznesowych w Katowicach, poprzedzając te informacje opisem metodyki badań.

Część czwarta i piąta opracowania, odnoszą się do badania rynkowego delegatów na spotkaniach biznesowych w Katowicach. Opisano także strukturę i wielkość wydatków uczestników spotkań konferencyjnych w Katowicach.

W podsumowaniu znalazły się najważniejsze wyniki badań rynku turystyki biznesowej w Katowicach, jak i badań uczestników spotkań konferencyjnych i wydarzeń biznesowych, z uwzględnieniem oszacowania wydatków całkowitych uczestników tych wydarzeń w 2017 roku w Katowicach.

1 Katowice – atrakcyjna destynacja dla spotkań konferencyjnych i wydarzeń biznesowych

1.1 Kluczowe informacje o Katowicach dla rozwoju przemysłu wydarzeń biznesowych

Katowice to miasto nowoczesne i dynamicznie rozwijające się⁵, w śródku **największej** w Polsce i jednej z największych w Unii Europejskiej aglomeracji miejskiej⁶. To stolica administracyjna województwa śląskiego, najbardziej atrakcyjnego inwestycyjnie regionu w Polsce⁷.

Historyczne początki Katowic sięgają XVI wieku, gdy był to ośrodek rolniczy i kuźniczy, którego gwałtowny rozwój został zapoczątkowany w połowie XIX w.. Prawa miejskie Katowice uzyskały 11 września 1865 r. Wydaje się, że Katowice od wielu lat są miastem spotkań konferencyjnych i innych wydarzeń biznesowych, o czym świadczą zapisane w historii miasta wydarzenia. Jedno z najbardziej znaczących miało miejsce w roku 1884, gdy w dniach od 6 do 11 listopada w Katowicach, na pograniczu trzech zaborów, obradował Ruch Miłośników Syjonu. Wydarzenie to nazywane jest „Konferencją Katowicką” i było początkiem powołania Państwa Izrael.

Miasto Katowice rozwijało się wraz z rozwojem gospodarczym tej środkowej części Europy.

W pierwszej dekadzie XXI wieku rozpoczęto wielkie inwestycje mające na celu przebudowę centrum miasta (m.in.: powstał projekt „Strefy kultury” w której znalazły się: remont Spodka, budowa Międzynarodowego Centrum Kongresowego; a także przebudowano Rynek, okolice kolejowego dworca głównego).



Katowice, jako miasto wojewódzkie posiadają jedną z najlepszych w Polsce dostępność komunikacyjną dla organizacji wielkich wydarzeń. W pobliżu miasta znajduje się przecięcie europejskich szlaków komunikacyjnych (A1 i A4 – 20 km od centrum Katowic). Przez miasto przebiega autostrada A4 (1,5 km od centrum). A istniejące połączenia kolejowe pozwalają w standardzie pociągów Inter City i Euro City dojechać do wielu miast w kraju, jak i zagranicą. Odnowiony kolejowy dworzec główny PKP Katowice, jak również rozwijające się usługi dla podróżnych na dworcu czy też w jego okolicy – zachęcają do odwiedzin miasta z wykorzystaniem tego środka transportu.

W odniesieniu do dostępności miasta samochodem osobowym, w rankingach dwunastu „najbardziej zakorkowanych” wielkich miast, Katowice zajmują ostatnie miejsce 12. Miejsce. Poziom zakorkowania wynosi 17 %, a średni czas spędzony dziennie w korku to tylko 17 minut. Godziny szczytu są pomiędzy godziną 7 a 8 rano oraz 15 i 16 po południu⁸.

⁵ doceniają to odwiedzający miasto Katowice, którzy uznają ten fakt za jeden z pozytywnych czynników wyróżniających miasto na tle innych. Por. K. Cieślowski, *Raport. Rynek turystyki biznesowej w Katowicach w 2016. Badanie rynkowe uczestników spotkań konferencyjnych*. Convention Bureau Katowice, Katowice 2017.

⁶ Por. Report. Demographia World Urban Areas. 13th Annual Edition. (Built-Up Urban Areas or World Agglomerations), Belleville 2017

⁷ por.: *Atrakcyjność inwestycyjna województw i podregionów Polski 2016*. Red.: S. Szultka, IBnGR, Gdańsk, Fundacja Konrada Adenauera w Polsce, Warszawa 2016, s. 9

⁸ por. TomTom Traffic Index 2017, https://www.tomtom.com/en_gb/trafficindex/, (dost. 10.01.2018)

W promieniu 100 km od centrum miasta Katowice znajdują się trzy międzynarodowe lotniska⁹. Najbliżej (30 km od Katowic) znajduje się Międzynarodowy Port Lotniczy „Katowice-Pyrzowice”, który w 2017 roku obsłużył **3 892 941** pasażerów¹⁰. Lotnisko Katowice jest najwyższej położonym lotniskiem pasażerskim nad poziomem morza w Polsce, co gwarantuje najmniejszą liczbę dni mglistych w ciągu roku wśród polskich lotnisk pasażerskich, bezpieczeństwo i pewność terminowych lądowań. Takie położenie, to duże prawdopodobieństwo punktualnych przylotów i wylotów dla najważniejszych uczestników spotkań konferencyjnych. Kolejne inwestycje na lotnisku sprzyjają dalszemu rozwojowi połączeń z największymi miastami Europy i pozostałej części świata. W Katowicach jest także mniejsze lotnisko, usytuowane 3 km od centrum, przystosowane do obsługi małego ruchu lotniczego, głównie biznesowego i lotów sportowych.



W Katowicach zarejestrowana jest największa w kraju specjalna strefa ekonomiczna¹¹. W rejestrze REGON na obszarze miasta Katowice, znajduje się ponad 40 tys. podmiotów gospodarczych w tym ponad 1 tys. z udziałem kapitału zagranicznego¹². Sprzyja to także dalszemu rozwojowi wydarzeń biznesowych i innych w mieście, gdzie zarówno potencjalni organizatorzy, jak część odwiedzających te wydarzenia znajduje się na terenie miasta i w okolicy.

Intensywnie rozwija się w Katowicach sektor nowoczesnych usług biznesowych (ABSL). W Katowicach i okolicznych miastach w 2017 roku działało 92 centrów usług, należących do 83 inwestorów z 20 państw. Są to głównie firmy z USA, Wielkiej Brytanii, Francji, Holandii, Niemiec, Szwecji, Finlandii, Indii, Kanady i przedsiębiorstwa polskie. Główną specjalizacją aglomeracji jest obsługa procesów IT¹³.

Katowice są także coraz atrakcyjniejszym miejscem do rozwoju biznesu znanych marek światowych. W Katowicach i najbliższej okolicy zainwestowały do 2017 roku takie firmy, jak: Accenture, Arvato Polska, Bombardier, Capgemini, Diebold Nixdorf, Eurofins, Groupon, Guardian,

⁹ Katowice-Pyrzowice, Kraków-Balice, Ostrawa

¹⁰ por. <https://www.katowice-airport.com/pl/lotnisko/statystyki-roczne> (dost. 11.01.2018)

¹¹ KSSE składa się z czterech podstref: Gliwickiej, Jastrzębsko-Żorskiej, Sosnowiecko-Dąbrowskiej, Tyskiej. Obecność Katowickiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej jest niezwykle istotna w zachęcaniu nowych firm do lokalizowania się w mieście i regionie. W ramach KSSE funkcjonuje ponad 300 firm, które łącznie zainwestowały około 31 mld zł i stworzyły ponad 70 000 miejsc pracy. <http://ksse.com.pl/o-nas,31> (dost. 11.02.2018)

¹² W Katowicach zainwestowały m.in: Rockwell Automation, Unilever, Mentor Graphics, Steria, Ernst&Young; Deloitte; PricewaterhouseCoopers; KPMG, CapGemini czy Display Link, pochodzący z Kalifornijskiej Doliny Krzemowej.

¹³ por.: *Raport. Sektor nowoczesnych usług biznesowych w Aglomeracji Katowickiej*. Związek Liderów Sektora Usług Biznesowych (ABSL). Katowice 2017

HireRight, IBM, ING, Knaf, Kroll Ontrack, Mentor Graphics, Oracle, Perform Media, PwC, Rockwell Automation, Sii, Sopra Steria, Teleperformance, Unilever czy Wipro¹⁴.

Administracja miasta Katowice jest doceniana za utrzymanie dobrej dyscypliny finansowej, a szczególnie za bardzo dobrą zdolność kredytową. Według badań międzynarodowej agencji ratingowej Fitch¹⁵ zdolność miasta do zaciągania zobowiązań została oceniona na poziomie „A-” (perspektywa stabilna), co jest pozytywnie oceniane przez inwestorów. Sprzyja to dalszemu rozwojowi infrastruktury miasta także dla turystyki biznesowej (parking, drogi dojazdowe do miejsc spotkań, obiekty spotkań – budowa nowych, remonty istniejących). Katowice mają dużą zdolność do finansowania inwestycji ze środków własnych. Zgodnie z prognozą wydatki majątkowe Miasta w latach 2018 - 2020 mogą wynieść około 1,5 mld zł i stanowić 20% wydatków ogółem średnio rocznie. Około 60% wydatków majątkowych przeznaczonych zostanie na inwestycje związane z infrastrukturą drogową oraz transportem publicznym. Płynność Katowic od lat jest bardzo dobra, co stanowi mocny czynnik ratingu.

Rozwojowi różnych sektorów gospodarki w Katowicach, rosnącej liczbie inwestorów, sprzyja także rozwój hotelowej bazy noclegowej, a także rozbudowy jak i modernizacji zaplecza konferencyjnego dla realizacji spotkań grupowych.

W grudniu 2017 roku funkcjonowały w mieście **22 hotele**,
w których znajdowało się **2 212** pokoi.
Hotele te mogły pomieścić w tych pokojach **4 360 gości**.



Tabela 1. Hotele w Katowicach w 2017 r.

Kategoryzacja hoteli	liczba hoteli	liczba pokoi	%	liczba miejsc noclegowych	%	średnia liczba pokoi w hotelu	średnia liczba miejsc noclegowych
5*	1	108	4,9%	204	4,7%	108,0	204,0
4*	7	1 173	53,0%	2 343	53,7%	167,6	334,7
3*	7	328	14,8%	628	14,4%	46,9	89,7
2*	6	479	21,7%	937	21,5%	79,8	156,2
1*	1	124	5,6%	248	5,7%	124,0	248,0
razem	22	2 212	100%	4 360	100%	100,5	198,2

Źródło: K. Cieślowski - badania własne

¹⁴ więcej w: <http://pl.invest.katowice.eu>

¹⁵ <https://www.fitchratings.com/site/poland> (z dn. 20.01.2017)

Odwiedzający miasto Katowice mogą zatrzymać się na nocleg w 22 hotelach o różnej kategoryzacji (najwięcej jest hoteli cztero- i trzy-gwiazdkowych). Hotele tego standardu dysponują łącznie 2 212 pokojami. Przy czym 1 173 pokoje (53% z wszystkich w mieście) znajduje się w 7 hotelach czterogwiazdkowych. Należy podkreślić, iż średnia liczba pokoi w hotelu w Katowicach wynosi ponad 100. Jest to znacznie więcej niż średnia w Polsce (około 54 pokoi w hotelu). Oznacza to, że hotele w Katowicach są w stanie przyjmować duże grupy gości, zainteresowane różnym standardem świadczonych usług.

Ponadto, 13 hoteli (59%) z 22 na terenie miasta Katowice, to hotele sieciowe, które dysponują 1 662 pokojami hotelowymi (75%) w mieście.

Należy pamiętać, że Katowice znajdują w centralnej części województwa śląskiego - jednego z najmniejszych województw w Polsce. Stolica tego województwa jest dobrze skomunikowana z okolicznymi miastami zarówno środkami transportu publicznego, jak i dostępnością samochodem osobowym. W ciągu godziny, półtorej można dotrzeć samochodem niemal do każdego miejsca w województwie i innych hoteli.

Na terenie województwa śląskiego w 2017 roku znajdowały się 223 hotele, dysponujące łącznie ponad 11,5 tys. pokojami.



W Katowicach jest także wiele innych miejsc spotkań przygotowanych dla realizacji wydarzeń biznesowych. Największe z nich to: Międzynarodowe Centrum Kongresowe i Hala Widowiskowa „Spodek”. Łącznie w tych dwóch obiektach, które są połączone podziemnym przejściem, w tym samym czasie może przebywać **25 000 osób**.

Dla realizacji dużych wydarzeń można zaadoptować także siedzibę Narodowej Orkiestry Symfonicznej Polskiego Radia (NOSPR) w Katowicach¹⁶, nową siedzibę Muzeum Śląskiego¹⁷, nowoczesny wielofunkcyjny budynek Wydziału Prawa Uniwersytetu Śląskiego (każda z sal pomieści kilkaset osób) i wiele innych (w tym coraz bardziej aktywnych na rynkach spotkań konferencyjnych uczelni wyższych, czy też nowoczesnych obiektów biurowych).

Zachodzące w ostatnich latach zmiany w Katowicach, w tym inicjowane przez Urząd Miasta Katowice projekty przebudowy centrum miasta, sprawiły, że Katowice stają się coraz bardziej znaczącym w regionie liderem inwestycji i pozytywnych zmian gospodarczych i społecznych.

¹⁶ Estrada NOSPR to powierzchnia ponad 250 m², zapewnia komfort pracy 120-osobowej orkiestry i 100-osobowego chóru. Scena wyposażona jest w system platform umożliwiających dowolne profilowanie estrady. Na widowni znajduje się 1 800 miejsc siedzących rozmieszczonych na pięciu poziomach. por.: <http://www.nospr.org.pl/pl/wynajem> (dost. dn. 15.01.2018)

¹⁷ Powierzchnię wystawienniczą w nowym głównym gmachu zaplanowano na 2 poziomach. Łącznie 6068 m² Pod ziemią jest trzykondygnacyjny garaż z 232 stanowiskami parkingowymi, sala audytoryjna na 320 miejsc, biblioteka, sale edukacyjne i konferencyjne oraz imponująca przestrzeń ekspozycyjna o wysokości 12,5 m nazwana holem centralnym. Por.: <https://muzeumslaskie.pl/pl/architektura-i-przestrzen/> (dost. dn. 15.01.2018)

1.2 Największe wydarzenia biznesowe w 2017 roku w Katowicach

Największym wydarzeniem biznesowym w Polsce w 2017 r. były ponownie międzynarodowe targi gier komputerowych i oprogramowania **Intel Extreme Masters (IEM)**, które w 2017 roku zrealizowano w dwa weekendy: od 25 do 26 lutego oraz od 3 do 5 marca 2017



w Międzynarodowym Centrum Kongresowym i Hali Spodek. Wzięło w nich udział ponad 173 tys. osób.

IEM to cykliczna impreza. Do obsługi zaangażowano 1 500 pracowników. Na IEM oferowało dwie sceny turniejowe oraz kilkadziesiąt stoisk partnerów z całego świata, pozwalało to odwiedzającym zapoznać się z najnowszymi technologiami i nadchodzącymi grami. Każdy finał oficjalnej rywalizacji IEM był oglądany przez 10 000 osób w Spodku. IEM 2017 w Katowicach pobiła także rekordy zaangażowania w social media (Facebook, Twitter).

Do znaczących dla miasta Katowice i gospodarki regionu wielkich wydarzeń zaliczyć należy także **Europejski Kongres Gospodarczy w Katowicach**. Jest to cykliczne wydarzenie (co roku od 2009) realizowane wiosną, trwające kilka dni. Kongres jest najważniejszą imprezą biznesową w Europie Centralnej. Uczestniczą reprezentują ważne instytucje świata polityki, biznesu, nauki, ekonomii i mediów. W 2017 roku Kongres odbywał się w Międzynarodowym Centrum Kongresowym i w Spodku. Przez trzy dni (18-20 maja 2017 r.) zrealizowano 132 sesje, w których uczestniczyło 800 panelistów, a całe wydarzenie odwiedziło ponad 9 000 osób. Europejski Kongres Gospodarczy 2017 za pośrednictwem telewizji, prasy, radia i portali internetowych relacjonowało ponad 660 dziennikarzy reprezentujących ponad 200 redakcji. Liczba użytkowników oglądających transmisje z debat EEC i ESD w streamingu live na stronach EEC, wnp.pl i ING, w ciągu trzech dni przekroczyła 375 tys. Ekwiwalent reklamowy, czyli kwota, jaką należałoby przeznaczyć na reklamy o tej samej powierzchni i czasie antenowym, oszacowana na dzień 3 czerwca 2017, przekroczyła 30 milionów złotych w przypadku Europejskiego Kongresu Gospodarczego.¹⁸



¹⁸ por.: <http://www.eecpoland.eu>



W dniach od 29 sierpnia do 1 września 2017 roku w Katowicach odbyły się **Międzynarodowe Targi Górnictwa, Hutnictwa i Przemysłu Energetycznego „Katowice 2017”**, których organizatorem jest Polska Technika Górnicza SA. To największa tego typu impreza branżowa w Europie i jedna z największych na świecie, realizowana co dwa lata. Prezentują się na niej czołowe w branży firmy z kraju i zagranicy (ponad 400 wystawców). Targi są platformą wymiany doświadczeń, nawiązywania relacji biznesowych, ale też określania celów strategicznych dla całej branży. W 2017 roku targi odwiedziło ponad 20 tys. osób.

Kolejne wydarzenie biznesowe, o którym należy wspomnieć to **Europejski Kongres Małych i Średnich Przedsiębiorstw**. W 2017 roku zrealizowany w dniach 18-20 października. Organizatorem Kongresu jest Regionalna Izba Gospodarcza w Katowicach. Ta Edycja Europejskiego Kongresu MSP w Katowicach realizowana była pod hasłem „Uwolnić biznes”. Podczas trzech dni w wykładach i warsztatach biznesowych udział wzięło ponad 6 tys. osób, z 30 krajów, w tym delegacje z Chin, Iranu oraz Stanów Zjednoczonych. Wydarzenie zgromadziło przedstawicieli biznesu, nauki i samorządu¹⁹.



W dniach od 25 do 29 października w Katowicach odbyły się międzynarodowe targi muzyczne **WOMEX (Word Music Expo)** po raz pierwszy zorganizowane w Polsce. W 23. edycji World Music Expo udział wzięło 2600 muzycznych profesjonalistów z 90 krajów, reprezentujących 1400 firm. Na 7 scenach podczas 60 wydarzeń wystąpiło aż 303 artystów z 46 krajów.

Womex jest najbardziej wielostronnym festiwalem i największą imprezą biznesową branży muzycznej na świecie. W niemal 300 stanowiskach spotkać można było 700 wystawców z 51 krajów. Podczas 5 dni odbyły się występy, koncerty, projekcje filmowe, konferencje oraz sesje poświęcone wszystkim sektorom przemysłu muzycznego. Usłyszeć można było 80 prelegentów z 38 krajów podczas 24 spotkań, obejrzeć 17 filmów. Obecnych było 420 przedstawicieli instytucji rządowych, edukacyjnych i innych, oraz 300 dziennikarzy z kraju i ze świata.

Te pięć największych wydarzeń biznesowych zrealizowano w Międzynarodowym Centrum Kongresowym (MCK) w Katowicach – największej zadanej powierzchni konferencyjnej w Polsce. W MCK od 1 stycznia do 31 grudnia 2017 roku zrealizowano łącznie **232 spotkania konferencyjne i inne biznesowe**, w których wzięło udział **533 644 osób**.



¹⁹ por.: <http://ekmsp.eu>

We wszystkich obiektach biorących udział w badaniu rynku turystyki biznesowej w Katowicach **w roku 2017** odbyło się łącznie **6 334 wydarzenia biznesowe**.

a uczestniczyło w nich **826 883 osoby**.

Administracja miasta w 2017 roku kontynuowała promocję Katowic poprzez wydarzenia. W ciągu całego 2017 roku wykupiono pakiety promocyjne w 27 wydarzeniach zrealizowanych na terenie miasta Katowice na łączną kwotę 9 mln zł. Pracownicy Convention Bureau Katowice uczestniczyli w wydarzeniach międzynarodowych zagranicą, w tym m.in. w: Convencione w Wilnie (6-8 luty 2017), IMEX we Frankfurcie (16 - 18 maj 2017), IBTIM w Barcelonie (28-30 listopad 2017); promując miasto Katowice i prowadząc aktywne rozmowy w sprawie realizacji kolejnych wielkich wydarzeń biznesowych w Katowicach.

W 2017 roku potwierdzono, że Katowice będą miastem gospodarzem międzynarodowych kolejnych wielkich wydarzeń: Światowy Szczyt Klimatyczny ONZ – COP 2018 (Conferences of the Parties) oraz Światowy Kongres Antydopingowy 2019.



Światowy Szczyt Klimatyczny ONZ – COP 2018 (Conferences of the Parties) to najważniejsze spotkanie biznesowe poświęcone światowej polityce klimatycznej składa się z 24. sesji Konferencji Stron Ramowej Konwencji Narodów Zjednoczonych w sprawie zmian klimatu (COP24) oraz z 14. sesji Spotkania Stron Protokołu z Kioto (CMP 14). To wydarzenie odbędzie się w Katowicach w dniach od 3 do 14 grudnia 2018 r..

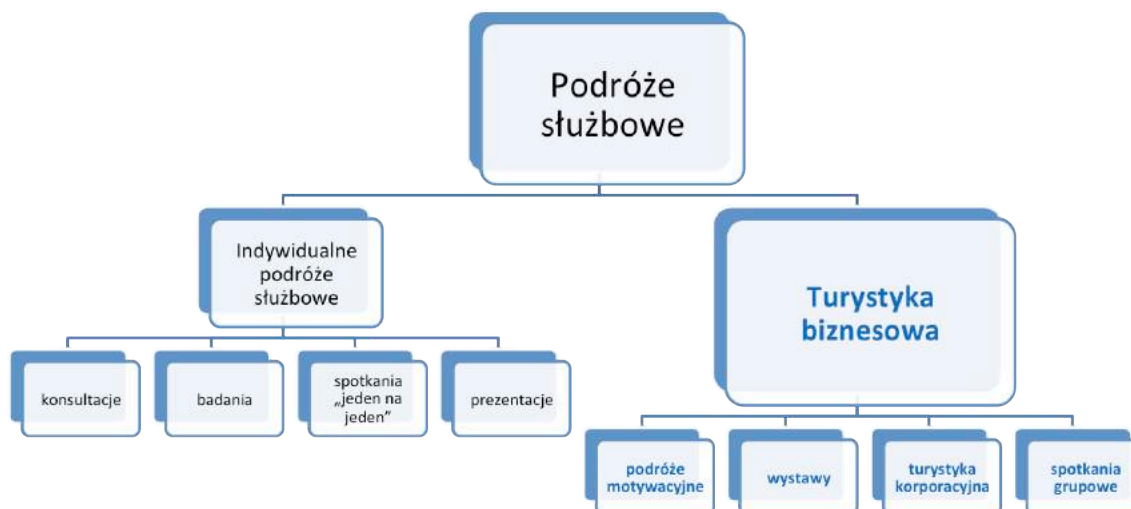
Światowy Kongres Antydopingowy to najważniejsze wydarzenie decydujące o globalnej polityce antydopingowej w sporcie. Katowice, które będą gospodarzem tego wydarzenia w 2019 roku pokonały wygrały rywalizację z Genewą oraz stolicą Omanu, Maskat.



Wydarzenia te mogą być kolejnymi kamieniami milowymi w rozwoju turystyki biznesowej, różnych sfer życia społeczno-gospodarczego miasta Katowice, jak i promocji miasta, szczególnie na rynkach międzynarodowych

2 Podstawowe pojęcia i terminy

Podobnie jak w poprzednich raportach, przed przystąpieniem do analizy wyników badań rynku turystyki biznesowej w Katowicach opisane zostały podstawowe pojęcia, do których odwołano się w Raporcie. Tym bardziej, że pojęciom „turystyka biznesowa”, „przemysł spotkań”, „podróże służbowe”, nadaje się różny zakres przedmiotowy, a czasem się je utożsamia. W odniesieniu do nich, stosuje się także skrót MICE (meetings – spotkania i rozmowy służbowe, raczej indywidualne, incentives – wyjazdy motywacyjne, conventions – kongresy i konferencje, exhibitions/events - targi i wystawy, wydarzenia). Wraz z postępującymi badaniami rynku turystyki biznesowej na świecie i w Polsce, dla podkreślenia znaczenia gospodarczego w regionie w którym jest realizowana (destynacji), mówi się o „przemysle spotkań” (meetings industry). Zaproponowany przez Rob’a Davidson’a podział terminów „podróże służbowe” i „turystyka biznesowa” porządkuje terminy i pozwala na precyzyjne posługiwanie się pojęciem „turystyka biznesowa”. Należy zatem przypomnieć, iż według tego autora „podróże służbowe” są kategorią nadrzędną i oznaczają wszystkie wyjazdy, których cele są związane z pracą bądź interesami podróżującego. Obejmują „indywidualne podróże służbowe”²⁰ i „turystykę biznesową”, którą traktuje jako spotkania raczej grupowe (UN WTO określiło, że minimalna liczba osób do uznania spotkania za grupowe to 10)²¹.



Rys. 1. Turystyka biznesowa a podróże służbowe

źródło: R. Davidson, B. Cope: *Turystyka biznesowa. Konferencje, podróże motywacyjne, wystawy, turystyka korporacyjna*. Polska Organizacja Turystyczna, Warszawa 2003, s. 4.

²⁰ Indywidualne podróże służbowe cechuje brak dowolności wyboru miejsca i czasu ich realizacji, są one rutynowe – realizowane w ramach obowiązków służbowych, często odbywane samotnie (prezentacje, konsultacje, badania, spotkania „jeden na jeden”).

²¹ por. *Global Report on the Meetings Industry*, UN WTO, Madryd 2014, s. 10; *Measuring the Economic Importance of the Meetings Industry. Developing a Tourism Satellite Account Extension*. UN WTO, Madryd 2006, s. 13

Poland Convention Bureau (PCB) w opracowywanych cyklicznie raportach dotyczących przemysłu spotkań w Polsce, również odnosi się do tego podziału i wyodrębnia następujące cztery grupy spotkań konferencyjnych i wydarzeń biznesowych: konferencja/kongres, wydarzenie korporacyjne, wydarzenie motywacyjne oraz targi/ wystawy. **Turystyka biznesowa** to zatem wszelkie wyjazdy służbowe na różne spotkania grupowe. W tym: *spotkania grupowe* (wiele rodzajów imprez, takich jak konferencje, seminaria szkoleniowe, wprowadzanie na rynek nowych produktów czy doroczne walne zgromadzenia); *podróże motywacyjne* (zazwyczaj podróże luksusowe, do atrakcyjnych miejsc, finansowane przez pracodawcę swoim pracownikom, w nagrodę za wygranie współzawodnictwa związanego z pracą lub za działania w ramach zespołu handlowców); *wystawy* (w tym targi, jak i imprezy konsumenckie); *turystyka korporacyjna* (luksusowe rozrywki oferowane przez firmy najcenniejszym klientom lub potencjalnym klientom w czasie prestiżowych wydarzeń sportowych i kulturalnych).

Obiekty, w których realizowane są spotkania konferencyjne i inne wydarzenia biznesowe podzielone zostały przez PCB na cztery grupy:

- **centra wystawiennicze/kongresowe** (Centrum wystawiennicze/ kongresowe wybudowane w konkretnym celu, które nie posiada miejsc noclegowych),
- **hotel** (hotel z salami konferencyjnymi, miejsca noclegowe są zapewnione i udostępniane wraz z salami spotkań)
- **obiekt / sala na specjalne wydarzenie** (obiekt/sala na specjalne wydarzenia - bez miejsc noclegowych, ale z salami konferencyjnymi; może to być obiekt wybudowany lub przebudowany na potrzeby wydarzeń specjalnych, restauracja, bar, obiekt filmowy, park publiczny, zamek, obiekt sportowy, itp. – przy czym nie wlicza się tu centrów wystawienniczych/kongresowych wybudowanych w konkretnym celu;
- **szkoła wyższa** (szkoła wyższa z salami konferencyjnymi, instytucja edukacyjna z miejscami noclegowymi lub bez - zakwaterowanie np. w akademikach)²².

Zastosowany w tym Raporcie termin **spotkanie konferencyjne i inne wydarzenie biznesowe** (podobnie jak w raportach PCB) odnosi się do spotkania o charakterze grupowym (minimum 10 osób), trwającym co najmniej 4 godziny i zrealizowanym poza siedzibą zleceniodawcy. Spotkania takie różnią się między sobą, co do czasu trwania, liczby uczestników, zasięgu przestrzennego, celu i tematyki obrad, stopnia formalizacji. W związku z tym, w praktyce można wyróżnić m.in.: kongresy, zjazdy, konferencje, forum, zgromadzenia, konwencje, sympozja, seminaria czy też szkolenia, warsztaty, gale, czy też konklawe. W Raporcie tym *spotkania konferencyjne i inne wydarzenia biznesowe* obejmują wszystkie te rodzaje spotkań a także targi i wystawy handlowe.

Termin „**uczestnik spotkań konferencyjnych – delegat**”, odnosi się zarówno do „turystów biznesowych” (podróżujący służbowo uczestnik spotkania, który spełnia kryteria przyjęte w definicji *turysty* według terminologii zalecanej przez UN WTO, tzn. pozostaje poza miejscem stałego zamieszkania przynajmniej 24 h i korzysta z ogólnodostępnej bazy noclegowej), jak i inne osoby, które przemieściły się w celach służbowych **na grupowe spotkania** (wcześniej opisane) do miejscowości konferencyjnej, nie nocują w odwiedzonym miejscu (odwiedzających

²² Por.: Formularz do Raportu Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce. <http://www.poland-convention.pl>

jednodniowych), ale korzystają z usług konferencyjnych, infrastruktury na te spotkania przygotowanej.

Rynek turystyki biznesowej w ujęciu podmiotowym tworzą następujące grupy podmiotów:

- I grupa – wytwórcy/dostawcy usług cząstkowych (obiekty noclegowe, obiekty, usługi transportowe, usługi gastronomiczne, usługi wspomagające; inni lokalni przedsiębiorcy)
- II grupa - pośrednicy - wyspecjalizowani działający w imieniu zleceniodawców oraz działający w imieniu wytwórców/dostawców usług cząstkowych
- III grupa – nabywcy **instytucjonalni** i uczestnicy spotkań konferencyjnych²³.

Na rynku turystyki biznesowej dominuje popyt instytucjonalny, który jest identyfikowany/zgłaszany wcześniej niż popyt indywidualny. Jednak uczestnicy spotkań konferencyjnych (delegaci) mają pewien wybór różnych usług dodatkowych, sposobu dojazdu, a także różnych form spotkań, miejsc, kosztów uczestnictwa i czasu realizacji. Przy wyborze spotkania kierują się oficjalnymi motywami uczestnictwa a także nieoficjalnymi (indywidualnymi), które w raporcie także poddane zostały identyfikacji i ocenie.

²³ Por.: K. Cieślowski: *Zarządzanie turystyką biznesową. Wybrane aspekty globalne i lokalne*. AWF Katowice 2015, s. 27-30

3 Spotkania konferencyjne i wydarzenia biznesowe w Katowicach

3.1 Metodyka badań rynkowych na potrzeby oszacowania popytu zrealizowanego na rynku spotkań konferencyjnych i wydarzeń biznesowych na terenie miasta Katowice.

Dla celów realizacji badań rynku turystyki biznesowej w Katowicach, policzono spotkania konferencyjne i inne wydarzenia biznesowe zrealizowanych w 2017 roku w tym mieście, a także przeprowadzono badania bezpośrednie uczestników wybranych spotkań z wykorzystaniem kwestionariusza ankietowego.

Dla możliwości porównywania uzyskanych wyników z innymi miastami w Polsce, zastosowano w badaniach katowickich kryteria zalecane przez Poland Convention Bureau, działające przy Polskiej Organizacji Turystycznej.

W okresie od listopada do grudnia 2017 nawiązano bezpośredni kontakt z menadżerami 39 obiektów w Katowicach, obiektów kluczowych dla rynku spotkań biznesowych. Następnie wysyłano formularze do zliczenia wydarzeń. Pod koniec grudnia 2017 roku i na początku stycznia 2018 roku otrzymano wypełnione formularze z charakterystyką szczegółową lub ogólną zrealizowanych w 2017 spotkań konferencyjnych i wydarzeń biznesowych w 24 obiektach.

Obiekty te posiadają w swoich zasobach duże sale konferencyjne i inne zadaszone pomieszczenia wykorzystywane także dla spotkań biznesowych.

Ponowne kontakty z pozostałymi obiektami pozwoliły na uzyskanie informacji o wydarzeniach biznesowych z 32 obiektów, w tym:

- 2 obiekty - centrum wystawiennicze / kongresowe;
- 18 obiektów - hotele z salami konferencyjnymi
- 5 obiektów – obiekty na specjalne wydarzenie z salami konferencyjnymi,
- 6 obiektów - szkoła wyższa z salami konferencyjnymi.

Wymienione obiekty stanowią swego rodzaju panel badawczy, do którego co roku (od 2012 r.) są adresowane zapytania o: liczby spotkań biznesowych zrealizowanych w ich zasobach (z oznaczeniem spotkań dłuższych niż 1 dzień) oraz wskazaniem liczby uczestników spotkania.

Dane te są kwalifikowane także w czasie - według miesięcy. Niektóre obiekty dokonują charakterystyki szczegółowej zgodnie z zaleceniami Poland Convention Bureau działającego przy Polskiej Organizacji Turystycznej.

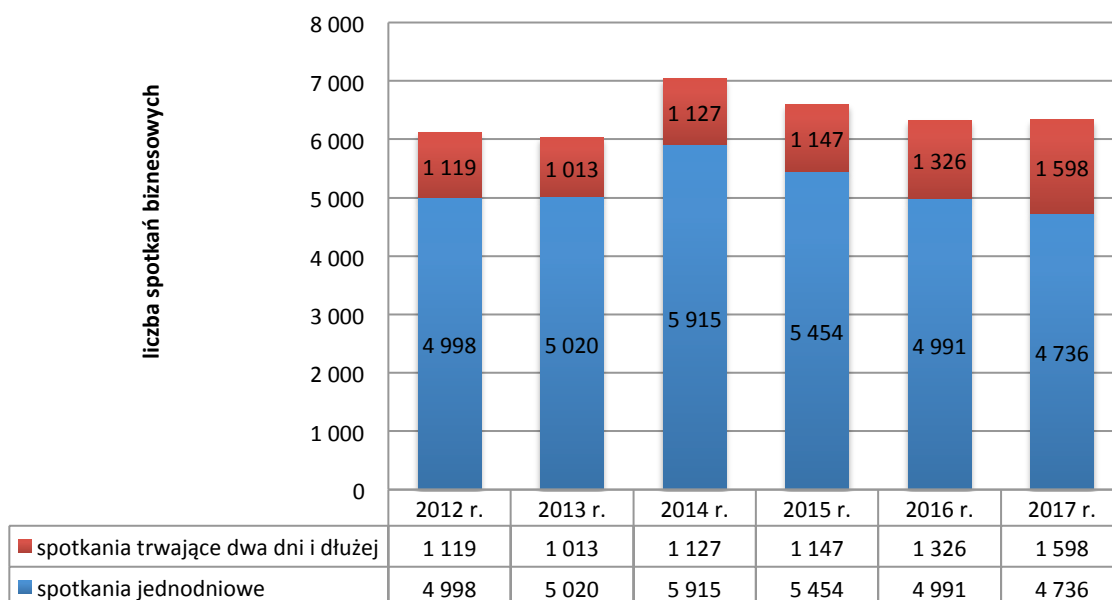
3.2 Analiza zrealizowanych spotkań konferencyjnych w 2017 r.

Łączna liczba zliczonych spotkań konferencyjnych i innych wydarzeń biznesowych w badanych obiektach na terenie Katowic w 2017 roku wyniosła: **6 334 spotkań**.

W tym 25,2 % z nich, czyli 1 598 trwało dwa dni lub dłużej. Ponadto, należy zauważyć, że w hotelach zrealizowano 5 337 spotkania biznesowe czyli 84,3% z ogólnej liczby w Katowicach.

W porównaniu do roku 2016 (gdy odnotowano łącznie 6 317 spotkania) łączna liczba spotkań konferencyjnych i wydarzeń biznesowych jest większa o 17, co oznacza nieznaczny wzrost liczby takich wydarzeń w mieście Katowice o 0,3 %.

Przy czym wśród 29 obiektów z których zliczono liczby spotkań konferencyjnych, były też takie obiekty, gdzie liczba takich spotkań u nich zrealizowanych spadła. Dotyczy to szczególnie niektórych obiektów w trakcie przebudowy czy też zmiany marki.



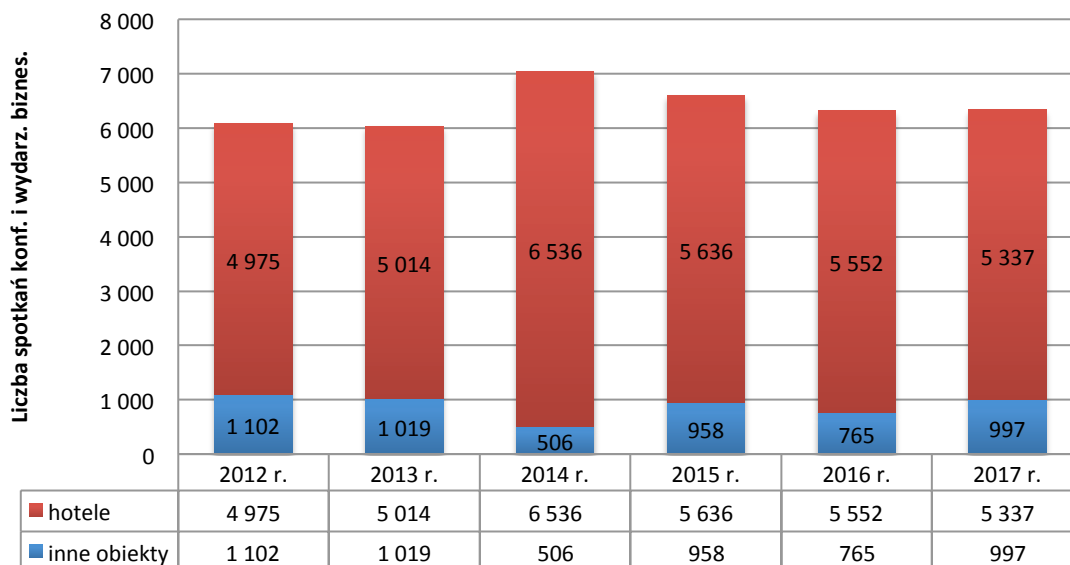
Rys. 2. Struktura spotkań konferencyjnych i innych wydarzeń biznesowych w Katowicach w latach 2012 – 2017 z uwzględnieniem czasu ich trwania

źródło: K. Cieślowski - badania własne

Liczba spotkań biznesowych trwających dwa dni lub dłużej (rys. 2) wyniosła 1 598, zatem **była większa o 227 spotkań** (w 2016 r. 1 326), czyli odnotowano wzrost rok do roku o **20,5 %**.

W przypadku wydarzeń biznesowych zrealizowanych w hotelach (rys. 3) odnotowano nieznaczny spadek o 3,9% (z 5 552 w 2016 r. na **5 337 w 2017 r.**). Wydarzenia biznesowe zrealizowane w hotelach stanowiły 84,3 % z ogólnej liczby spotkań biznesowych w mieście.

Przy czym struktura ogólnej liczby uczestników takich spotkań w Katowicach (826 883 osoby) była odwrotna, tzn.: tylko 25,6% uczestników było na wydarzeniach biznesowych w hotelach a 74,4% w innych obiektach niż hotele).



Rys. 3. Struktura spotkań konferencyjnych i innych wydarzeń biznesowych w Katowicach w latach 2012 – 2017 z uwzględnieniem obiektu konferencyjnego

źródło: K. Cieślukowski - badania własne

W grudniu 2017 roku w Katowicach funkcjonowały 22 hotele (o 2 więcej niż 2016 r.). W 2017 roku otwarto czterogwiazdkowy „Q Hotel Plus Katowice” oraz trzygwiazdkowy „Best Western Hotel Mariacki”. W miejscu hotelu Qubus (zamknięty w grudniu 2016 r.) funkcjonował Altus Hotel, a pod koniec roku 2017 pojawiła się marka „Courtyard by Marriott”. W grudniu dokonano oficjalnej zmiany nazwy hotelu Best Western Premier Katowice na Hotel Forum Katowice.

Pomimo wzrostu liczby hoteli w mieście Katowice (a co z tym się wiąże wzrostu liczby pokoi i miejsc noclegowych w hotelach ogółem) odnotowano wzrost średniego obłożenia hoteli w Katowicach w 2017 roku od 1 do 3 punktów procentowych.

Średnie obłożenie pokoi hotelowych w katowickich hotelach w 2017 r. wynosiło około 72,7%.

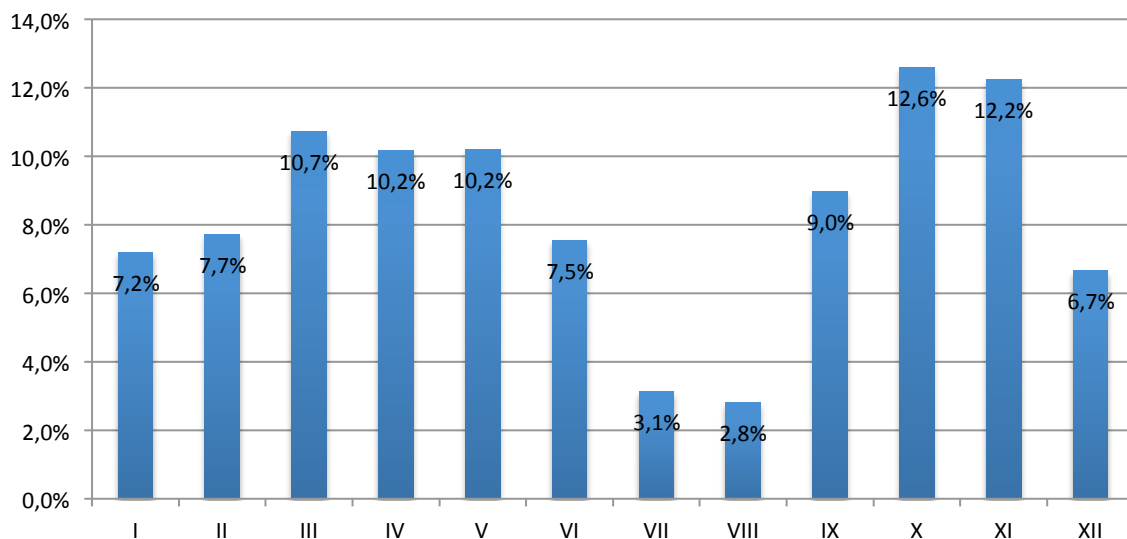
Z deklaracji menadżerów hoteli wynika, że w 2017 roku uzyskano także wzrost średniej ceny za pokój w hotelach w przedziale od 1% do nawet 14 %. Przy czym według hrs.com ceny pokoi w hotelach w Katowicach wzrosły rok do roku o 5% (wg hrs.com w 2017 roku cena za pokój w Katowicach wyniosła **61 euro**²⁴). Odnotowano także wzrost całkowitych przychodów hoteli od 1% do nawet 10% rok do roku²⁵.

Średni RevPAR (Revenue per Available Room) dla pokoi hotelowych w Katowicach w 2017 roku wyniósł ok. 130 zł (co oznacza wzrost o 27% w porównaniu do roku 2014)²⁶.

²⁴ <https://www.hrs.com/pl/serwis-prasowy/informacje-prasowe/ceny-hoteli-2017-roku-ceny-hotelach-coraz-wyzsze-polsce.html> (dost. 10.01.2018)

²⁵ na podstawie wywiadów z menadżerami 8 hoteli w Katowicach w styczniu 2018 roku.

²⁶ por.: www.strglobal.com; informacje uzyskane na konferencji *Property Forum Katowice 2018*, sesja *Hotele. Miasto spotkań biznesu*. dn.: 15.02.2018



Rys. 4. Rozkład spotkań konferencyjnych i wydarzeń biznesowych w Katowicach w 2017 roku.

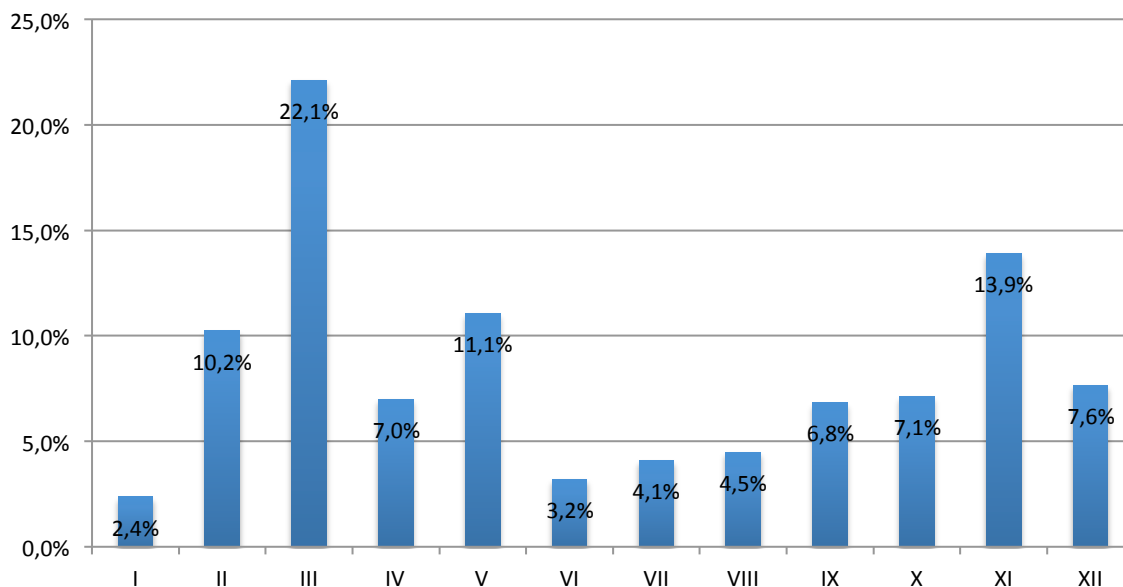
źródło: K. Cieślowski - badania własne

Najwięcej spotkań konferencyjnych i wydarzeń biznesowych w 2017 roku w Katowicach zrealizowano w październiku – 798 (tab. 1), co stanowi 12,6 % ze wszystkich w całym roku (rys. 4). W miesiącach wakacyjnych (lipiec i sierpień) zrealizowano w Katowicach odpowiednio po 198 i 178, czyli odpowiednio po 3,1% i 2,8% z całego roku.

Tabela 2. Sezonowość na rynku spotkań konferencyjnych i wydarzeń biznesowych w Katowicach w 2017 roku

miesiąc	spotkania konferencyjne		Uczestnicy spotkań		dni konferencyjne	
	liczba	%	liczba osób	%	Liczba dni	%
styczeń	456	7,2%	19 565	2,4%	680	8,2%
luty	489	7,7%	84 618	10,2%	695	8,3%
marzec	680	10,7%	182 761	22,1%	868	10,4%
kwiecień	645	10,2%	57 763	7,0%	784	9,4%
maj	646	10,2%	91 474	11,1%	866	10,4%
czerwiec	478	7,5%	26 367	3,2%	630	7,6%
lipiec	198	3,1%	33 724	4,1%	293	3,5%
sierpień	178	2,8%	36 961	4,5%	243	2,9%
wrzesień	569	9,0%	56 477	6,8%	717	8,6%
październik	798	12,6%	59 068	7,1%	1 014	12,2%
listopad	775	12,2%	114 908	13,9%	1 022	12,3%
grudzień	422	6,7%	63 197	7,6%	530	6,4%
razem	6 334	100,0%	826 883	100,0%	8 342	100,0%

Źródło: K. Cieślowski - badania własne



Rys. 5. Rozkład ogólnej liczby uczestników wydarzeń biznesowych w Katowicach w 2017 r.

źródło: K. Cieślukowski - badania własne

Ogólna liczba uczestników spotkań konferencyjnych i wydarzeń biznesowych w Katowicach w roku 2017 wyniosła **826 883** osób.

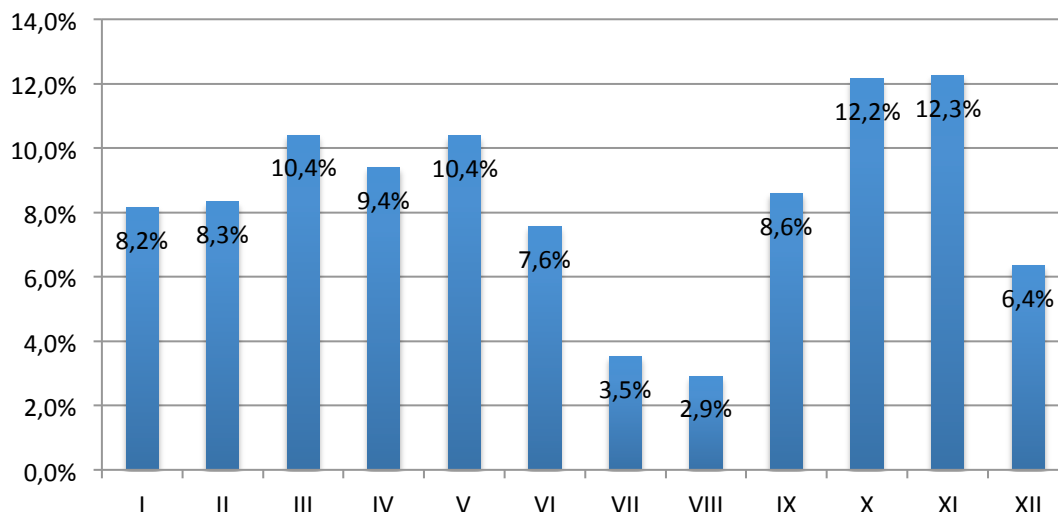
Najwięcej uczestników spotkań konferencyjnych i wydarzeń biznesowych w 2017 roku w Katowicach odnotowano w marcu – 182 761 (tab. 1), co stanowi 22,1% ze wszystkich w całym roku (rys. 5). Duża liczba odwiedzających spotkania konferencyjne i inne biznesowe wydarzenia w marcu wynikała z realizacji w tym miesiącu największego biznesowego wydarzenia w Polsce - międzynarodowych targów gier komputerowych i oprogramowania Intel Extreme Masters (IEM), które wygenerowało 173 tys. odwiedzających.

W miesiącach wakacyjnych (lipiec i sierpień) a także w styczniu i lutym w spotkaniach konferencyjnych i wydarzeniach biznesowych na terenie miasta Katowice uczestniczyło najmniej osób.

Całkowita liczba dni konferencyjnych w Katowicach w 2017 roku wyniosła **8 342** (tab. 1).

Rozkład dni konferencyjnych w ciągu roku (rys. 6) zbliżony jest do rozkładu liczby spotkań konferencyjnych i wydarzeń biznesowych w Katowicach w 2017.

Najwięcej dni konferencyjnych było w październiku i listopadzie 2017 r.

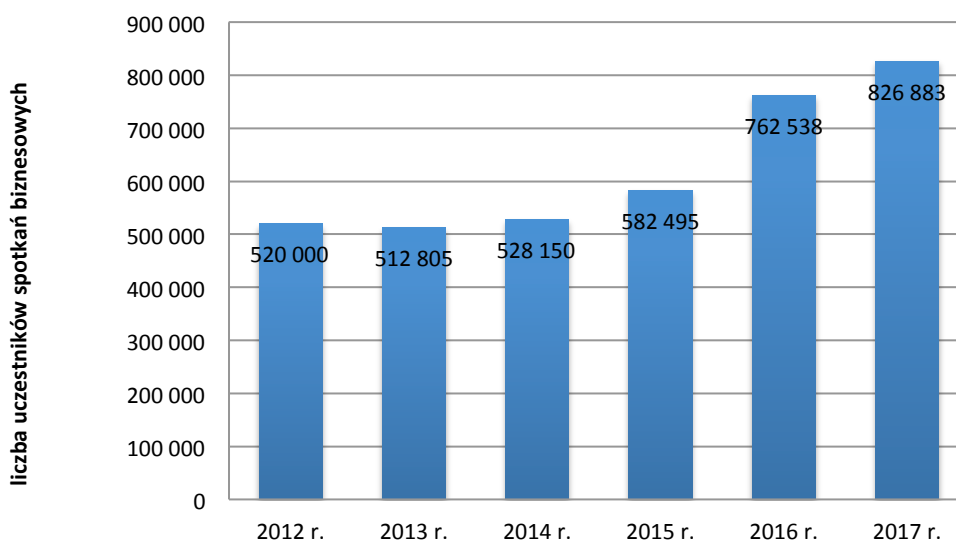


Rys. 6. Rozkład dni konferencyjnych w Katowicach w 2017 r.

źródło: K. Cieślowski - badania własne

Posiadając dane o ogólnej liczbie spotkań konferencyjnych i wydarzeń biznesowych w Katowicach w 2017 roku (6 334 wydarzenia) oraz o liczbie dni konferencyjnych zrealizowanych przez te wydarzenia (8 342 dni), można stwierdzić, że **średni czas trwania konferencji w Katowicach w 2017 roku wynosił 1,32 dnia**. Oznacza to, że w 2017 roku spotkania konferencyjne były dłuższe niż w 2016, gdy średnia wynosiła 1,26 dnia.

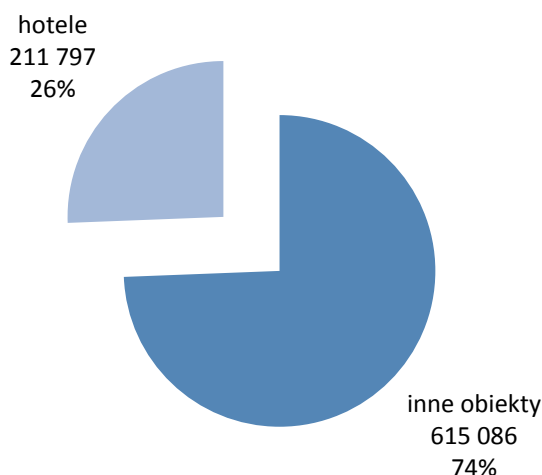
Jak wcześniej wspomniano, całkowita liczba zrealizowanych spotkań biznesowych w Katowicach w 2017 r. pozostała na zbliżonym poziomie do liczby z 2016 r., to jednak liczba uczestników w zliczonych spotkaniach w 2017 r. **wyniosła 826 883 osoby i jest to wzrost o 8,4% w porównaniu z rokiem 2016** (rys. 7.).



Rys. 7. Liczba uczestników spotkań konferencyjnych i wydarzeń biznesowych w Katowicach w latach od 2012 do 2017

źródło: K. Cieślowski - badania własne

Przy czym w 2017 r. na spotkaniach konferencyjnych i innych wydarzeniach biznesowych w hotelach katowickich odnotowano 211 797 osób (tj. 26% wszystkich uczestników grupowych spotkań biznesowych), a w innych obiektach konferencyjnych 615 086 uczestników (rys. 8.)



Rys. 8. Struktura uczestników spotkań konferencyjnych i wydarzeń biznesowych w Katowicach w 2017 z uwzględnieniem obiektu konferencyjnego.

źródło: K. Cieślowski - badania własne

Uwzględniając liczby wydarzeń biznesowych, jak i uczestników, z podziałem na obiekty konferencyjne, można wskazać, iż średnia liczba uczestników wydarzenia biznesowego zrealizowanego w 2017 roku w hotelu na terenie Katowic wynosiła **40 osób**, natomiast w innych obiektach **617 osób**.

Analizując ogólną liczbę uczestników spotkań biznesowych w Katowicach od 2013 roku należy zauważyć ciągły wzrost w kolejnych latach (rys.7). Przy czym wysoki wzrost odnotowany w 2016 r. spowodowany był m.in. tym, iż jest to pierwszy pełny rok kalendarzowy, w którym funkcjonowało Międzynarodowe Centrum Kongresowe. Natomiast rok 2017 stanowi kolejny okres rozwój popytu na wydarzenia biznesowe w Katowicach przy jednoczesnym rozwoju bazy noclegowej.

Konsekwentnie realizowany plan promocji miasta Katowice przez wydarzenia i kolejne inwestycje administracji miasta w poprawę infrastruktury komunikacyjnej, a także ogłoszone inwestycje prywatnych inwestorów w bazę hotelową, sprzyjać będą utrzymaniu trendu wzrostowego na rynku turystyki biznesowej w Katowicach.

Rozwój ten przyczynić się może do rozwoju turystyki na terenie Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii²⁷ i całego województwie śląskiego.

²⁷ W tym miasta na prawach powiatu: Bytom, Chorzów, Dąbrowa Górnicza, Gliwice, Katowice, Mysłowice, Piekary Śląskie, Ruda Śląska, Siemianowice Śląskie, Sosnowiec, Świętochłowice, Tychy i Zabrze, gminy o statusie miasta: Będzin, Bieruń, Czeladź, Imielin, Knurów, Łęziny, Łaziska Górne, Mikołów, Pyskowice, Radzionków, Sławków, Tarnowskie Góry i Wojkowice oraz gminy: Bobrowniki, Bojszowy, Chełm Śląski, Gierałtówice, Kobiór, Mierzęcice, Ożarówice, Pilchowice, Psary, Rudziniec, Siewierz, Sośnicowice, Świerklaniec, Wyry i Zbrosławice

4 Badania uczestników spotkań konferencyjnych w Katowicach w 2017 r.

4.1 Metodyka badań uczestników spotkań konferencyjnych

W ramach analizy rynku turystyki biznesowej w Katowicach w 2017 r. zbadano także zachowania uczestników wybranych spotkań konferencyjnych (ich aktywność na rynku spotkań konferencyjnych, preferencje, wielkość i strukturę wydatków, itd.).

Dla realizacji celów badania zastosowano metodę ankietową, z wykorzystaniem kwestionariusza pytań, jako narzędzia badawczego. Proces badań bezpośrednich poprzedzony był rozmowami z menadżerami obiektów i/lub organizatorami spotkań, o potrzebie badań i otrzymaniu zgody na ich realizację.

Kwestionariusze pytań (ankiety) były aktywnie wydawane i zbierane w trakcie spotkania konferencyjnego przez przygotowane do realizacji badania osoby (ankieterów), które udzielały także dodatkowych informacji uczestnikom spotkań w przypadku jakichkolwiek pytań czy wątpliwości.

Ankieta wspierana bezpośrednim kontaktem ze strony zespołu badawczego, zapewniła dużą zwrotność i dokładność zebranych informacji (przyjęto, że ankieta zostanie wypełniona przez około 30% uczestników wydarzenia).

W 2016 roku analizie poddano informacje uzyskane od 315 uczestników z 6 spotkań konferencyjnych, w których uczestniczyło łącznie 890 osób (były to spotkania biznesowe z różną liczbą uczestników, w których uczestnicy pochodzili z różnych miejsc, co pozwoliło na określenie tych wydarzeń jako: 1 wydarzenie – regionalne/wojewódzkie, 4 wydarzenia – ogólnopolskie, 1 - międzynarodowe).

Dobór spotkań konferencyjnych i miejsc, jak i próby badawczej był celowy, tak aby można było przeprowadzić badania z uczestnikami różnych spotkań konferencyjnych realizowanych:

- w różnych miejscach na terenie miasta Katowice (w ścisłym centrum, poza centrum)
- w różnych obiektach konferencyjnych (3 spotkania biznesowe w hotelach konferencyjnych, 3 spotkania w wielofunkcyjnym centrum konferencyjnym bez bazy noclegowej w swoich zasobach)
- zrealizowanych w różnych dniach tygodnia (1 - wtorek, 1 – środa, 2 - czwartek, 1 – piątek, 1 - sobota)
- uczestnicy reprezentowali różne organizacje: przedsiębiorstwa - firmy, jak i organizacje non profit oraz instytucje publiczne.

Dodatkowe założenie badawcze dotyczyło stosunkowo krótkiego czasu realizacji badań (od 12 listopada do 10 grudzień 2017)²⁸, tak, aby zróżnicowane warunki pogodowe i organizacja w tym samym czasie innych wydarzeń w mieście (np.: kulturalnych, sportowych) znacząco nie

²⁸ podobny okres jak w poprzednich latach

wpłynęły na wyniki badań (np. różną skłonność uczestników do korzystania z usług gastronomicznych i innych wydatków poza obiektem konferencyjnym).

Realizacja badań według powyższych założeń, wymagała m.in.:

- kontaktu z osobami zarządzającymi obiektami konferencyjnymi oraz przekonania ich o potrzebie prowadzenia badań uczestników spotkań konferencyjnych realizowanych także w ich obiektach - zlokalizowanych na terenie miasta Katowice,
- uzyskania informacji od zarządzających obiektami o realizowanych/planowanych w listopadzie i grudniu 2017 roku spotkaniach konferencyjnych,
- kontaktów z organizatorami spotkań konferencyjnych, celem uzyskania zgody na przeprowadzenie badań uczestników ich spotkań,
- bezpośredniego kontaktu z uczestnikami spotkań konferencyjnych w trakcie realizacji badania w terenie.

Realizacja badania uczestników spotkań konferencyjnych w Katowicach w 2017 r. na potrzeby przygotowania raportu obejmowała następujące etapy:

- I. Weryfikacja i przetestowanie narzędzia badawczego skonstruowanego w poprzednich latach
- II. Identyfikacja miejsc i spotkań dla realizacji badań
- III. Uzyskanie zgody na prowadzenie badań
- IV. Przeprowadzenie ankiet
- V. Wprowadzanie i kodowanie uzyskanych odpowiedzi
- VI. Zliczanie spotkań konferencyjnych w Katowicach w 2017 r.
- VII. Opracowanie wyników i analiza
- VIII. Przygotowanie raportu

Dla realizacji badań i osiągnięcia założonych celów opracowano i przetestowano kwestionariusz wywiadu składający się z 10 pytań (otwartych i zamkniętych, pytań w strukturze kafeterii, pytań z zastosowaniem 5 stopniowej skali Likerta) oraz metryczki.

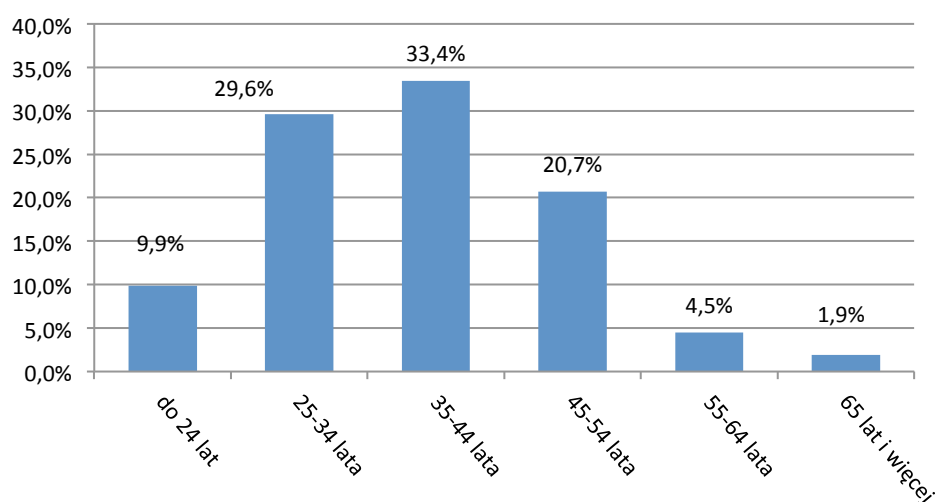
Kwestionariusz pytań wręczano uczestnikom przed wejściem na sale konferencyjne wraz z informacją / prośbą o wypełnienie kwestionariusza i zwrot do wyznaczonych osób lub specjalnie przygotowanych urn na ankiety badawcze.

Następnie, zgromadzone uzyskane informacje wprowadzano i kodowano w programie komputerowym, dla ich dalszej analizy i wyciągania wniosków.

4.2 Charakterystyka próby badawczej

Próbę badawczą stanowiło 315 uczestników z 6 różnych spotkań konferencyjnych, zrealizowanych w różnych obiektach konferencyjnych na terenie miasta Katowice w listopadzie i grudniu 2017 r..

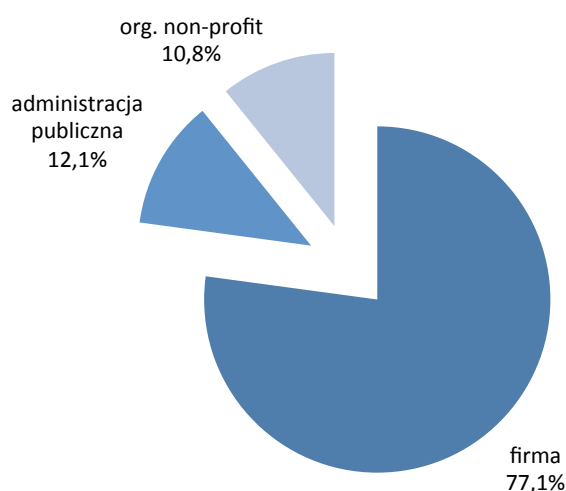
Analiza struktury wiekowej uczestników badania pozwala zauważyć, że największą grupę (33,4 %) stanowili uczestnicy spotkań konferencyjnych w wieku 35-44 lat (rys. 9).



Rys. 9. Struktura uczestników badania wg wieku

źródło: K. Cieślowski - badania własne

77,1 % delegatów uczestniczących w spotkaniach konferencyjnych reprezentowało firmy i było to największa grupa osób wśród badanych. Reprezentujący organizacje non-profit (w tym: uczelnie, szkoły, fundacje, stowarzyszenia) stanowili 10,8 %. Pracownicy administracji państwowej i samorządowej to 12,1 % uczestników (rys. 10).



Rys. 10. Struktura uczestników spotkań konferencyjnych wg rodzaju organizacji, którą reprezentują

źródło: K. Cieślowski - badania własne

Ponadto należy zauważyć, że udział kobiet w całej badanej próbie wyniósł 58,4 %, natomiast mężczyzn 41,6 % (rys. 11)

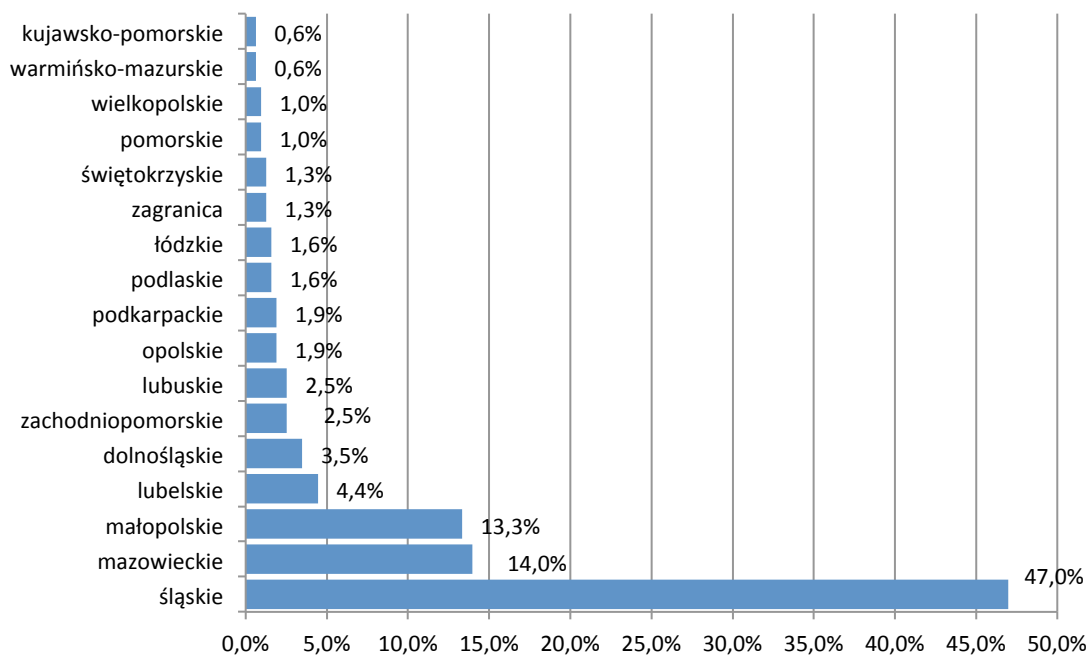


Rys. 11. Struktura badanych uczestników spotkań konferencyjnych według płci

źródło: K. Cieślukowski - badania własne

Badaniu poddano osoby, tylko i wyłącznie spoza miasta Katowice (uczestnicy z miasta Katowice stanowili 5,8% wszystkich uczestników badanych spotkań konferencyjnych).

Najwięcej osób odwiedzających miasto Katowice, wśród badanych uczestników spotkań konferencyjnych w Katowicach w 2017 r. (rys. 12), pochodziło z innych miejscowości województwa śląskiego (47,0%)



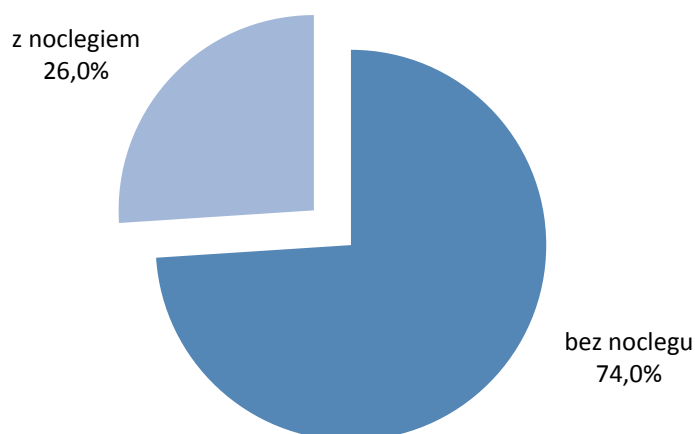
Rys. 12. Rozkład terytorialny uczestników spotkań konferencyjnych w Katowicach

źródło: K. Cieślukowski - badania własne

Świadczy to o dużym popycie wewnętrznym, a także stanowi wyzwanie dla organizatorów tych wydarzeń i administracji miasta Katowice, by zatrzymać tych, prawdopodobnie odwiedzających jednodniowych, na dłuższy czas w mieście.

Kolejne województwa skąd pochodzili badani uczestnicy to: mazowieckie - 14,0% spośród wszystkich badanych, małopolskie – 13,3 % (rys. 12).

26,0% badanych uczestników spotkań konferencyjnych zadeklarowało, iż w trakcie pobytu na bieżącej konferencji ponieśli koszty związane z noclegiem w Katowicach (rys. 13).



Rys. 13. Struktura badanych uczestników spotkań konferencyjnych z uwzględnieniem kosztów noclegu w Katowicach

źródło: K. Cieślowski - badania własne

Do oszacowania całkowitych wydatków uczestników spotkań konferencyjnych i wydarzeń biznesowych w Katowicach, uwzględnić należy wielkości wydatków i ich strukturę ponoszone przez nocujących i nienocujących uczestników spotkań konferencyjnych i wydarzeń biznesowych w Katowicach uzyskanych w badaniach ankietowych na tej próbie.

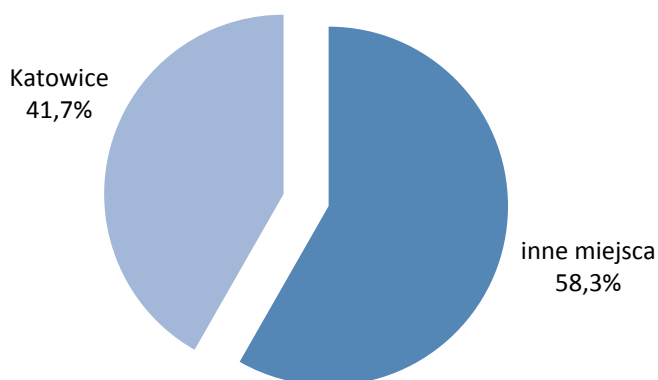
Jednak dla pokazania wydatków z całego roku i ich struktury, należy pozostawić wartości średnie z tych badań i uwzględnić zidentyfikowany udział noclegowych pobytów konferencyjnych uczestników w Katowicach w ciągu całego roku – co wykazano na rys. 15.

5 Wyniki badań rynkowych delegatów - uczestników spotkań konferencyjnych w Katowicach w 2017 r i ich analiza.

5.1 Aktywność konferencyjna delegatów

5.1.1 Katowice jako miejsce docelowe dla delegatów na tle kraju

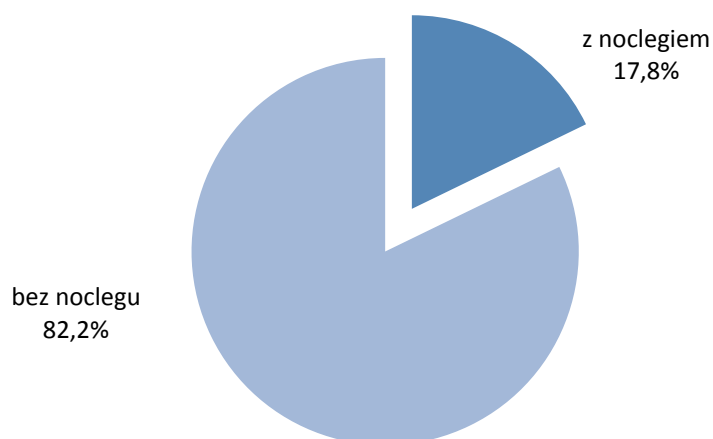
Miasto Katowice dla delegatów przyjeżdżających jest ważnym punktem na mapie spotkań konferencyjnych w Polsce. Uczestnicy badania (315 osoby) zadeklarowali, że w 2017 roku łącznie byli na **1 265** spotkaniach konferencyjnych (średnio 4,02). 41,7 % z tych spotkań (528 spotkania) miało miejsce w Katowicach (rys. 14.)



Rys. 14. Struktura wszystkich spotkań konferencyjnych uczestników badania w 2017 r. ze względu na miejsce ich konferencji

źródło: K. Cieślowski - badania własne

17,8 % z ogólnej liczby spotkań konferencyjnych w Katowicach, w których uczestniczyli w ciągu całego roku 2017 badani zrealizowane było przez nich z noclegiem (rys. 13.) Pozostałe wizyty (83,5%) na konferencjach w Katowicach w 2017 roku były bez noclegów.



Rys. 15. Rozkład terytorialny wszystkich spotkań konferencyjnych uczestników w 2017 r.

źródło: K. Cieślowski - badania własne

Badani delegaci, uczestniczyli średnio w **4,02** spotkaniach konferencyjnych w 2017 r., w tym w Katowicach **1,68** spotkaniach (tab. 3).

Tabela 3. Średnia liczba spotkań konferencyjnych delegatów w 2017 r. wg rodzaju organizacji

	wszyscy ogółem	reprezentujący firmy	reprezentujący organizacje non-profit lub administrację
Średnia liczba spotkań ogółem	4,02	4,21	3,92
Średnia liczba spotkań w Katowicach	1,68	1,70	1,71

Źródło: K. Cieślowski - badania własne

Delegaci reprezentujący firmy częściej niż pozostali uczestniczyli w spotkaniach konferencyjnych - średnia liczba spotkań w 2017 r. wyniosła 4,21 (w tym w Katowicach 1,70). Natomiast delegaci reprezentujący organizację non-profit lub administrację publiczną nieco rzadziej, a średnia dla tej grupy badanych wyniosła 3,92 spotkania konferencyjne (tab.2).

5.1.2 Trendy w aktywności delegatów w uczestnictwie w spotkaniach konferencyjnych w Polsce

67,8 % uczestniczących w badaniach delegatów zadeklarowało, iż ogólna liczba ich spotkań konferencyjnych, w których brali udział w 2017 roku w porównaniu do roku poprzedniego **nie uległa zmianie**.

Tabela 4. Trendy w aktywność delegatów na rynku spotkań konferencyjnych w 2017 r.

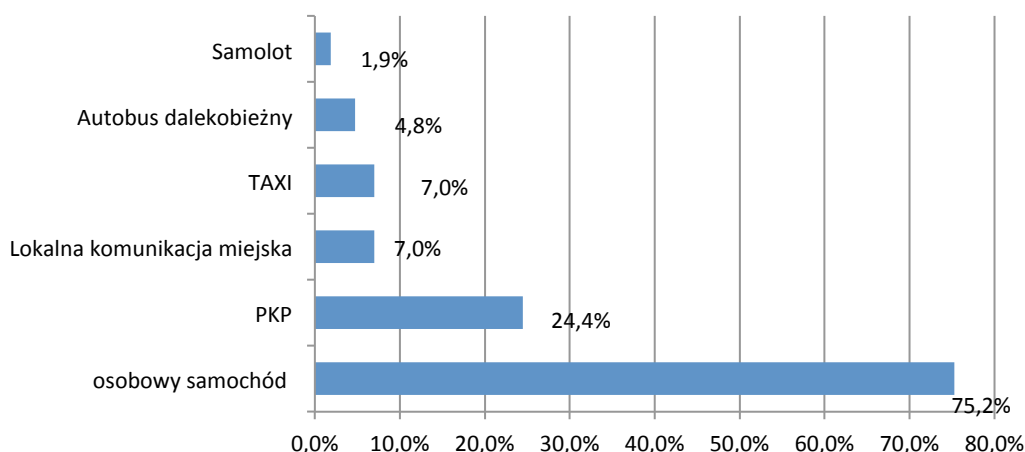
	spadek liczby spotkań konferencyjnych	liczba spotkań konferencyjnych pozostała bez zmian	Wzrost liczby spotkań konferencyjnych
Odsetek wskazujących	9,2%	67,8%	22,9%
Średnia zmiana liczby spotkań konferencyjnych	- 45,5%	100,0%	67,8%

Źródło: K. Cieślowski - badania własne

Przy czym 9,2 % delegatów wskazało, że liczba spotkań spadła. Średni spadek o 45,5%. Natomiast u 22,9 % uczestników badania, liczba spotkań konferencyjnych wzrosła średnio o 67,8 % (tab. 4).

5.2 Preferowane środki transportu uczestników spotkań konferencyjnych w Katowicach

Najwięcej badanych delegatów przyjechało na spotkania konferencyjne do Katowic samochodem osobowym – 75,2 %. Następnie 24,4 % uczestników wskazało że skorzystało z transportu kolejowego (rys. 14). Liczba wskazań przekracza 100,0 % gdyż, niektórzy uczestnicy badania wskazali kilka środków transportu, z których korzystali przyjeżdżając na spotkanie konferencyjne.



Rys. 16. Struktura uczestników spotkań konferencyjnych w Katowicach ze względu na wykorzystane na przyjazd środki transportu w 2017 r.

źródło: K. Cieślowski - badania własne

Odsetek delegatów wykorzystujących samochód, jako środek transportu na konferencje, jest większy u reprezentujących firmy – 77,4% oraz u tych uczestników, którzy nie korzystają z noclegu – 80,7%.

Tabela 5. Wykorzystanie środków transportu przez różne grupy delegatów – uczestników spotkań konferencyjnych w Katowicach w 2017 r.

	Uczestnicy ogółem	Uczestnicy reprezentujący firmy	Uczestnicy z org. non-profit i administracja	Uczestnik bez noclegu	Uczestnicy korzystający z noclegu
osobowy samochód	75,2%	77,4%	68,1%	80,7%	59,8%
kolej	24,4%	19,8%	40,3%	16,7%	46,3%
komunikacja miejska	7,0%	7,0%	6,9%	7,3%	6,1%
TAXI	7,0%	8,6%	1,4%	6,9%	7,3%
autobus dalekobieżny	4,8%	4,1%	6,9%	4,7%	4,9%
samolot	1,9%	2,1%	1,4%	0,9%	4,9%

Źródło: K. Cieślowski - badania własne

40,4 % delegatów organizacji non-profit i administracji publicznej przyjeżdżając do Katowic skorzystała z kolei, podczas gdy wśród osób reprezentujących firmy odsetek ten wynosił 19,8%. Zdecydowanie więcej osób z firm wskazało też wykorzystanie usług taksówkarskich w trakcie konferencji - 8,6%, podczas gdy odsetek wskazań wśród uczestników org. non-profit i administracji publicznej na ten środek transportu wynosił tylko 1,4% (tab. 4).

5.3 Identyfikacja głównych motywacji uczestnictwa w spotkaniach konferencyjnych

Dla określenia głównych motywacji uczestnictwa w spotkaniach konferencyjnych delegaci wskazywali na 5 stopniowej skali Likerta ważność danego czynnika przy podejmowaniu decyzji o przyjeździe na konferencję. Lista motywacji była szeroka. W wyniku analiz badań zagranicznych instytucji, jak również pilotażu i doświadczeń badań do poprzednich edycji Raportu, przyjęto listę obejmującą 12 czynników (4 oficjalne: zdobywanie wiedzy, nawiązywanie nowych kontaktów służbowych, promocja własnej firmy / instytucji, wiedza o działaniach konkurencji; oraz 8 nieoficjalnych, o których uczestnicy rzadziej wspominają przełożonemu w pracy, czy księgowej, gdy zamierzają pojechać na konferencję).

Badania delegatów wykazały, że najważniejszym motywatorem uczestnictwa w spotkaniach konferencyjnych (tab. 6) jest "zdobywanie wiedzy" ze średnią oceną 4,54 (na pięciostopniowej skali Likerta, gdzie 1 – oznaczało „mało ważne”, a 5 – „bardzo ważne”). Następnie „nawiązywanie kontaktów służbowych” – 3,93.

Tabela 6. Oficjalne i nieoficjalne motywy uczestnictwa w spotkaniach konferencyjnych w 2017.

	Uczestnicy ogółem	Uczestnicy reprezentujący firmy	Uczestnicy z org. non-profit i administracja	Uczestnik bez noclegu	Uczestnicy korzystający z noclegu
zdobywanie wiedzy	4,54	4,59	4,36	4,54	4,53
nawiązywanie nowych kontaktów służbowych	3,93	3,97	3,81	3,87	4,11
promocja własnej firmy / instytucji	3,42	3,50	3,16	3,35	3,64
wiedza o działaniach konkurencji	3,36	3,45	3,02	3,35	3,37
stosunkowo niskie koszty uczestnictwa	3,35	3,34	3,38	3,36	3,33
bliska odległość od miejsca zamieszkania	3,32	3,42	2,94	3,44	2,96
certyfikat uczestnictwa/ dyplom	3,21	3,08	3,65	3,08	3,59
aspekt towarzyski i osobisty Public Relations	3,08	3,14	2,88	3,03	3,23
renoma konferencyjnego obiektu	3,01	3,00	3,06	2,92	3,29
możliwości rekreacji i wypoczynku w czasie wolnym	2,53	2,57	2,38	2,49	2,64
inne atrakcje np.: karty członkowskie, rabaty zakupowe	2,30	2,27	2,44	2,25	2,45
zakupy w mieście konferencyjnym	2,06	2,06	2,08	2,05	2,09

Źródło: K. Cieślowski - badania własne

Najmniej ważna dla badanych uczestników spotkań konferencyjnych, podobnie jak w poprzednich latach, była możliwość zrobienia zakupów w mieście konferencji - 2,06 (przy czym w poprzednim roku poziom ważności dla uczestników tego czynnika miał mniejszą ocenę – 1,94).

Pomimo małego znaczenia tego czynnika przy wyborze konferencji to jednak znaczna część uczestników decyduje się na spędzenie czasu wolnego na zakupach w galeriach handlowych w Katowicach i ponosi w związku z tym wydatki (o czym w dalszej części opracowania).

Analizując wyniki w tab. 6., zauważyć można, że delegaci reprezentujący firmy większą wagę niż pozostali przywiązują do „promocji własnej firmy” (3,50), „wiedzy o działaniach konkurencji” (3,45), czy też „bliskiej odległości od miejsca zamieszkania” (3,42), niż pozostali uczestnicy.

Natomiast reprezentujący organizacje non-profit i administracje państwową oraz samorządową większą wagę niż reprezentanci firm, przywiązują do „certyfikatu” (3,65); „niskich kosztów uczestnictwa” (3,38), czy też do „renomy obiektu konferencyjnego”, jak i „innych atrakcji np.: kart członkowskich, rabatów zakupowych”.

Uwzględniając podział uczestników na korzystających z noclegu i niekorzystających, zauważyć można większe znaczenie dla nocujących ma: „nawiązywanie nowych kontaktów służbowych” (4,11), „certyfikat uczestnictwa/ dyplom” (3,59), czy też „aspekt towarzyski i osobisty Public Relations” (3,29). Natomiast dla nienocujących większe znaczenie ma „bliska odległość od miejsca zamieszkania” (3,44) niż dla pozostałych uczestników.

5.4 Percepcja miasta Katowice jako miejsca spotkań konferencyjnych i wydarzeń biznesowych w świetle badań delegatów

W celu określenia atrakcyjności miasta Katowice dla uczestników spotkań konferencyjnych, w kwestionariuszu badawczym umieszczono dwa pytania. Jedno pozwalało zidentyfikować najważniejsze atuty destynacji konferencyjnej w opinii osób badanych (wymieniono cechy i poproszono o ustosunkowanie się uczestników do każdej z nich, poprzez wstawienie „x” w 5 stopniową skalę Likerta od 1 do 5, gdzie 1 – „mało ważne”, a 5 – „bardzo ważne”). Natomiast drugie pytanie (umieszczone dalej w kwestionariuszu pytań) odnosiło się do poziomu spełnienia przez Katowice tych czynników decydujących o atrakcyjności destynacji jako miejscowości konferencyjnej (wymieniono te same cechy/czynniki, przy czym 1 oznaczało że miasto „spełnia w niewielkim stopniu”, a 5 – „spełnia doskonale”).

Różnica pomiędzy wynikami średnich dla poszczególnych cech/czynników atrakcyjności (to różnica między oczekiwaniami a spełnieniem w opinii delegatów) pozwala pokazać silne i słabe strony miasta Katowice jako atrakcyjnej destynacji na rynku konferencyjnych w percepcji uczestników spotkań konferencyjnych.

5.4.1 Identyfikacja najważniejszych atrybutów miejscowości dla uczestników spotkań konferencyjnych

Badania delegatów wykazały, że najważniejszym atrybutem miejscowości konferencyjnej dla uczestników są: dostępność komunikacyjna (przy czym: „dostępność komunikacyjna dla dojazdu

samochodem osobowym osiągnęła wartość średnią” – 4,12; natomiast „dostępność komunikacyjna dla dojazdu komunikacją zbiorową”- 3,51) oraz „szeroka i zróżnicowana baza noclegowa” – 3,72 (tab. 7). Jej znaczenie wydaje się w ostatnich latach coraz większe (w 2016 było to 3,60) wraz z wzrostem liczby dłuższych spotkań konferencyjnych i wzrostem liczby uczestników konferencji.

Mniej ważne dla atrakcyjności miast jako destynacji konferencyjnych w opinii uczestników spotkań konferencyjnych są takie cechy jak: „wiele centrów handlowych w miejscowości” - 2,52 oraz „wiele imprez kulturalnych i sportowych w danej miejscowości” - 2,79 (przy czym należy zauważyć, że obydwie cechy uzyskały w 2017 roku wyższe oceny niż w poprzednim roku, gdy było to odpowiednio 2,33, i 2,64).

Wyniki badań zamieszczone w tab. 7, wskazują, że delegaci reprezentujący firmy większą wagę niż pozostali przywiązują do: „dostępności komunikacją samochodem osobowym” (4,13) podczas gdy uczestnicy organizacji non-profit i administracji bardziej niż pozostali zwracają uwagę na „dostępność komunikacją zbiorową” - 3,89.

Tabela 7. Atrybuty miejscowości konferencyjnej w świetle badań uczestników spotkań konferencyjnych i wydarzeń biznesowych w Katowicach w 2017 r.

	Uczestnicy ogółem	Uczestnicy reprezentujący firmy	Uczestnicy z org. non-profit i administracja	Uczestnik bez noclegu	Uczestnicy korzystający z noclegu
dostępność komunikacyjna dla dojazdu samochodem osobowym	4,12	4,13	4,08	4,14	4,05
Szeroka i zróżnicowana baza noclegowa	3,72	3,71	3,73	3,58	4,10
Szeroka i zróżnicowana baza konferencyjna	3,71	3,65	3,90	3,62	3,95
dostępność komunikacyjna dla dojazdu komunikacją zbiorową	3,51	3,40	3,89	3,40	3,84
Szeroka i różnorodna baza gastronomiczna	3,32	3,33	3,30	3,24	3,56
Możliwość zwiedzania miasta i okolicy	3,13	3,10	3,21	3,07	3,29
Inne spotkania konf. i wydarzenia biznesowe w tym samym czasie	3,04	3,05	3,01	2,95	3,29
Wiele obiektów kulturalno-rozrywkowych w miejscowości	3,01	2,97	3,14	2,96	3,13
Parki i tereny „zielone”	2,80	2,73	3,04	2,83	2,72
Wiele imprez kulturalnych i sportowych w danej miejscowości	2,79	2,79	2,80	2,75	2,92
Wiele centrów handlowych w miejscowości	2,52	2,50	2,57	2,48	2,63

Źródło: K. Cieślowski - badania własne

Ponadto zauważyć można, że dla delegatów deklarujących wydatki na nocleg w Katowicach w 2017 roku, ważniejsze niż dla pozostałych były: dostęp do „szerokiej bazy noclegowej (4,10),

„dostępności komunikacją zbiorową” (3,84) „szeroka baza gastronomiczna” (3,56), „możliwość zwiedzania miasta i okolicy” (3,29) oraz inne spotkania konferencyjne i wydarzenia biznesowe w mieście w tym samym czasie” (3,29”.

5.4.2 Określenie poziomu spełnienia oczekiwań delegatów wobec Katowic jako miejscowości konferencyjnej

Delegaci oceniają miasto Katowice jako destynację atrakcyjną na spotkanie biznesowe przede wszystkim ze względu na: „szeroką i zróżnicowaną bazę konferencyjną” - 3,94, następnie „dostępność komunikacyjną dla dojazdu samochodem osobowym” - w ocenie spełnienia oczekiwań uzyskał ten czynnik średnią wartość 3,84; oraz „szeroką i zróżnicowaną bazę noclegową” – 3,72 (cecha ta uzyskała w 2017 wyższe oceny w opinii uczestników niż w 2016 r. – wtedy było to 3,65). Rozwój hotelowej bazy noclegowej w mieście jest zatem zauważany i pozytywnie oceniany przez delegatów.

Uczestnicy badania nieco słabiej ocenili „inne spotkania konferencyjne i wydarzenia biznesowe w tym samym czasie w mieście” -3,16 (tab. 8).

Tabela 8. Ocena atrakcyjności Katowic jako miejsca spotkań w świetle badań uczestników spotkań konferencyjnych i wydarzeń biznesowych w Katowicach w 2017 r.

	Uczestnicy ogółem	Uczestnicy reprezentujący firmy	Uczestnicy z org. non-profit i administracja	Uczestnik bez noclegu	Uczestnicy korzystający z noclegu
Szeroka i zróżnicowana baza konferencyjna	3,94	3,99	3,74	3,95	3,90
dostępność komunikacyjna dla dojazdu samochodem osobowym	3,84	3,88	3,69	3,86	3,78
Szeroka i zróżnicowana baza noclegowa	3,72	3,73	3,66	3,70	3,77
Szeroka i różnorodna baza gastronomiczna	3,66	3,69	3,56	3,67	3,64
dostępność komunikacyjna dla dojazdu komunikacją zbiorową	3,62	3,57	3,77	3,58	3,72
Wiele centrów handlowych w miejscowości	3,46	3,49	3,34	3,52	3,28
Wiele obiektów kulturalno-rozrywkowych w miejscowości	3,41	3,43	3,33	3,46	3,27
Możliwość zwiedzania miasta i okolicy	3,34	3,36	3,27	3,37	3,27
Parki i tereny „zielone”	3,28	3,29	3,22	3,30	3,21
Wiele imprez kulturalnych i sportowych w danej miejscowości	3,27	3,27	3,28	3,29	3,20
Inne spotkania konf. i wydarzenia biznesowe w tym samym czasie	3,16	3,24	2,90	3,26	2,89

Źródło: K. Cieślowski - badania własne

Analizując wyniki w tab. 8, zauważyć można ponadto, że uczestnicy reprezentujący firmy wyżej niż pozostali ocenili miasto Katowice w pod względem „Szeroka i zróżnicowana baza konferencyjna”

(3,99), „dostępność komunikacyjna dla dojazdu samochodem osobowym” (3,88), „szeroka i zróżnicowana baza noclegowa” (3,73) jak i „szeroka i różnorodna baza gastronomiczna” (3,69). Natomiast uczestnicy reprezentujący organizacje non-profit a także administracje publiczną najlepiej ocenili Katowice za „dostępność komunikacyjną komunikacją zbiorową” – 3,77.

uczestnicy korzystający z noclegu najlepiej oceniają Katowice w zakresie „szerokiej i zróżnicowanej bazy konferencyjnej” – 3,90, następnie „dojazd samochodem osobowym” – 3,78.

Na uwagę zasługuje fakt, że zarówno w średniej ocenie uczestników ogółem, jak i poszczególnych podgrup uczestników (podobnie jak w poprzednim roku), cecha „wiele centrów handlowych w miejscowości” w Katowicach otrzymuje wyższe oceny niż „Wiele imprez kulturalnych i sportowych” czy też „możliwość zwiedzania miasta i okolicy”.

Oznaczać, to może, iż galerie i centra handlowe są pewnym sposobem spędzania czasu wolnego (po konferencji czy też innym wydarzeniu biznesowym) uczestników spotkań biznesowych w Katowicach. W związku z planowanym otwarciem w 2018 roku kolejnego centrum handlowego w Katowicach Brynowie (inwestycja Echo Investment S.A.), prawdopodobnie wzrośnie ocena atrakcyjności miasta w tym kryterium w opinii uczestników wydarzeń biznesowych.

5.4.3 Silne i słabe strony miasta Katowice jako miejsca dla uczestnictwa w spotkaniach konferencyjnych i wydarzeniach biznesowych

Silnymi stronami miasta, jako atrakcyjnej destynacji dla uczestników spotkań konferencyjnych są te cechy/atributy, które delegaci wskazują jako bardzo ważne dla nich i są dobrze spełnione przez destynację. W wyniku różnicy między średnią spełnienia i średnią ważności, cechy te otrzymają wartość dodatnią (czyli przekroczą oczekiwania).

Miasto Katowice w świetle badań uczestników spotkań konferencyjnych w 2017 roku, spełnia oczekiwania delegatów niemal pod względem każdej ważnej dla delegatów cechy destynacji konferencyjnej (tab. 9).

Najważniejsza dla delegatów „dostępność komunikacyjna dla dojazdu samochodem osobowym”, która w porównaniu z oceną spełnienia nieznacznie odbiega od oczekiwań (-0,27). Natomiast „dostępność komunikacyjna dla dojazdu komunikacją zbiorową” przekroczyła oczekiwania o 0,10 (w ocenach na pięciostopniowej skali Likerta).

W pozostałych cechach/atributach destynacji atrakcyjnej dla delegatów, Katowice przekroczyły oczekiwania delegatów. Najbardziej w przypadku cech: „wiele centrów handlowych” – wynik był 0,98; a w przypadku cech: „Wiele obiektów kulturalno-rozrywkowych w danej miejscowości” – 0,40; oraz „Wiele imprez kulturalnych i sportowych w danej miejscowości” – 0,48 czy też „Parki i tereny zielone” - 0,48.

Istniejąca w mieście Katowice „Szeroka i zróżnicowana baza noclegowa” w opinii ogółu badanych osób, spełnia oczekiwania uczestników konferencji i innych wydarzeń biznesowych.

Tabela 9. Cechy miasta Katowice przekraczające oczekiwania uczestników spotkań konferencyjnych w 2017 r.

	jak ważne są poniższe cechy dla delegatów?	jak miasto Katowice spełnia te cechy?	Katowice miasto konferencyjne - wynik
dostępność komunikacyjna dla dojazdu samochodem osobowym	4,12	3,84	-0,27
Szeroka i zróżnicowana baza noclegowa	3,72	3,72	0,00
Szeroka i zróżnicowana baza konferencyjna	3,71	3,94	0,23
dostępność komunikacyjna dla dojazdu komunikacją zbiorową	3,51	3,62	0,10
Szeroka i różnorodna baza gastronomiczna	3,32	3,66	0,34
Możliwość zwiedzania miasta i okolicy	3,13	3,34	0,21
Inne spotkania konf. i wydarzenia biznesowe w tym samym czasie	3,04	3,16	0,12
Wiele obiektów kulturalno-rozrywkowych w miejscowości	3,01	3,41	0,40
Parki i tereny „zielone”	2,80	3,28	0,48
Wiele imprez kulturalnych i sportowych w danej miejscowości	2,79	3,27	0,48
Wiele centrów handlowych w miejscowości	2,52	3,46	0,94

Źródło: K. Cieślowski - badania własne

Interesujących informacji na temat percepcji miasta Katowice u delegatów, dostarczają dwa pytania otwarte zamieszczone w kwestionariuszu.

Na pytanie „**Co podobało się Panu/Pani najbardziej w Katowicach?**” poniżej przedstawiono najczęstszą powtarzającą się odpowiedź:

- 35,0% – „MCK”, „Spodek”, „NOSPR”, „Strefa kultury”
- 17,5% – „Nowoczesność miasta”, „Nowa infrastruktura”, „Nowoczesna architektura”
- 11,3% – „centrum miasta”, „Rynek”
- 7,3% – „możliwość dojazdu”, „łatwy dojazd”
- 4,0% – „galerie handlowe”
- 2,8% – „rozmach inwestycji”

Przyjeżdżający do Katowic zauważają i bardzo pozytywnie odbierają zmiany przestrzeni miejskiej, co podkreślili wskazując na „Strefę kultury”, czy też „nowoczesność miasta”, czy też „centrum miasta” i „Rynek”

Natomiast kolejne pytanie otwarte podpowiada co można poprawić, a brzmiało „**Co poprawiłby Pan/Pani w Katowicach?**”, poniżej przedstawiono najczęstsze odpowiedzi:

- 28,0% – „więcej miejsc parkingowych”
- 13,1% – „korki na drogach”
- 11,2% – „zła jakość powietrza”
- 5,5% – „więcej miejsc noclegowych”
- 4,7% – „komunikacja publiczna”
- 3,7% – „oznakowanie dojazdu”

Z analizy tego pytania wynika, że delegaci zwracają szczególną uwagę na sprawną dostępność komunikacyjną do miasta, a także jakość powietrza. Podróż uczestników konferencji, szczególnie tych podróżujących samochodem osobowym, powinna być zakończona sprawnym zaparkowaniem samochodu.

Ciekawym wskazaniem pojawiającym się u uczestników listopadowych i grudniowych podobnie jak w poprzednim roku (przy czym więcej uczestników wskazała na ten fakt w roku 2017 niż w 2016) jest „więcej miejsc noclegowych”.

Może to być spowodowane rosnącą liczbą dłuższych niż jeden dzień wydarzeń biznesowych w mieście oraz ogólną liczbą uczestników, z których część zainteresowana jest noclegiem. Planowane inwestycje hotelowe w pewnym zakresie tę sytuację poprawią.

Należy pamiętać o tym, iż ponad 200 hoteli znajduje się w województwie śląskim, w dostępności samochodem osobowymi do 1 godziny od centrum Katowic.

Interesujące, szczególnie dla organizatorów spotkań konferencyjnych jak i innych wydarzeń biznesowych, może być wskazanie głównego źródła informacji o konferencjach, w których uczestniczyli badani delegaci w Katowicach (tab. 10).

Tabela 10. Główne źródło informacji o spotkaniu konferencyjnym

Odsetek wskazań	Źródło informacji
26,8%	„witryna internetowa konferencji/targów”
25,1%	„pracownik mojej firmy”, „przełożony”, „kolega z pracy”
23,8%	zaproszenie pocztą elektroniczną
12,1%	„od znajomych”
3,9%	elektroniczne social media (facebook, linkedin)
2,2%	poprzednia edycja konferencji
6,1%	inne (w tym m.in.: newsletter organizatora, publikacje branżowe, sponsor, reklama, inne konferencje, reklama w radio, billboard)
100,0%	

Źródło: K. Cieślowski - badania własne

Badania uczestników spotkań konferencyjnych i wydarzeń biznesowych w Katowicach w 2017 r. wskazują, iż głównym źródłem informacji o wydarzeniu jest „witryna internetowa konferencji” (26,8% wskazań), kolejnym są kontakty zawodowe i relacje służbowe (25,1% badanych), a także zaproszenie otrzymane pocztą elektroniczną (23,8%), którego rola w 2017 roku wzrosła w porównaniu do 2016 (wtedy było 14,7%) oraz „znajomi” (12,1%).

Wyniki zamieszczone w tab. 10, wskazują na duże znaczenie elektronicznych sposobów komunikacji z uczestnikami spotkań biznesowych oraz kontaktu bezpośredniego osobowego i nieosobowego („poczta elektroniczna, „newsletter”, „social media”).

Wykorzystanie tych form promocji powinno stanowić szczególną troskę organizatorów wydarzeń jak i administracji miasta zainteresowanego promocją destynacji poprzez wydarzenia.

Zawarte na witrynach internetowych konferencji informacje powinny być aktualne. Opisy wydarzenia tam zamieszczone, powinny odnosić się także do obiektu w którym planowane jest wydarzenie jak i miasta i dostępności różnymi środkami komunikacji.

Z uwagi na planowane wydarzenia międzynarodowe, jak i gości z zagranicy którzy uczestniczą w coraz większej liczbie wydarzeń w Katowicach, organizatorzy powinni zadbać o przygotowanie informacji na witrynach internetowych także co najmniej w jednym w języku obcym.

5.5 Struktura i wielkość wydatków uczestników spotkań konferencyjnych w Katowicach

Wszyscy uczestnicy spotkań konferencyjnych biorących udział w badaniu (w czasie pobytu na spotkaniu) na dobra materialne i usługi, w przeliczeniu na jedną osobę, wydali w mieście Katowice w 2017 roku średnią kwotę **202,00 zł** i jest to więcej o 14,10 zł (7,50%) niż w 2016 r. (wtedy było to 187,90 zł). Przy czym należy zaznaczyć, iż:

- 46,7% uczestników badania nie zadeklarowało, żadnej kwoty wydanej w Katowicach,
- 26,0% delegatów uczestniczących w badaniu zadeklarowało wydatki na nocleg w związku z udziałem w bieżącym spotkaniu konferencyjnym

Duży udział (46,7%) delegatów, którzy nie zadeklarowali żadnych wydatków w Katowicach może być spowodowany bliską odległością Katowic od ich miejsca zamieszkania, realizacją przez nich zakupów dóbr i usług wcześniej lub po spotkaniu konferencyjnych w innym („swoim”) mieście lub zakupem tylko paliwa (ponad połowa badanych delegatów przyjechała na konferencyjne spotkanie z województwa śląskiego), jak i krótkim pobytem (4 do 8 godzin) w mieście Katowice.

26,0% uczestników badania zadeklarowało wydatki poniesione na nocleg w Katowicach, w związku z bieżącą konferencją, o średniej wartości **303,73 zł** (w 2016 r. było to 279,80 zł) A średnie wydatki ogólne grupie badanych, którzy nocowali w Katowicach w czasie pobytu na konferencji, razem z kosztem noclegu wyniosły **628,00 zł** (w 2016 było to 534,3 zł)

Uwzględniając średnią liczbę noclegów delegata (1,32 noclegu) w czasie pobytu w Katowicach na konferencji²⁹, można przyjąć, że delegaci na jeden nocleg wydali w 2017 około **230,10 zł** (w 2015 roku około było to 221,99 zł), a ich średnie ogólne wydatki w czasie jednego dnia pobytu w Katowicach (razem z noclegiem) wyniosły **457,73 zł**.

Delegaci, którzy zadeklarowali jakiegokolwiek wydatki poniesione w Katowicach, ale nie skorzystali z noclegu (36,9 % z ogółu badanych), wydali średnio w Katowicach **141,13 zł**.

Przy czym 63,0%, osób grupie badanych bez noclegu nie zadeklarowało żadnych wydatków w Katowicach. Oznacza to, że średnia wydatków wszystkich uczestników badania nienocujących w Katowicach wyniosła na jeden dzień konferencyjny 55,09 zł³⁰.

²⁹ Średnia czas trwania konferencji w Katowicach w 2017 roku wynosił **1,32** i jest równy średniej liczbie noclegów delegatów, którzy ponieśli wydatki na nocleg

³⁰ Przy czym uwzględniając średni czas trwania konferencji (1,32 dnia) wyliczyć można średnie wydatki dla ogółu uczestników bez noclegu w trakcie całej konferencji w Katowicach - 68,76 zł w 2017 r.

Dokonując porównania z rokiem 2016 zauważyć można znaczący wzrost wydatków w grupie uczestników korzystających z noclegów. (tab. 11).

Tabela 11. Średnie wydatki badanych uczestników spotkań konferencyjnych poniesione w Katowicach w latach 2012 – 2017

	2012 r.	2013 r.	2014 r.	2015 r.	2016 r.	2017 r.
Uczestnik decydujący się na wydatki w Katowicach, ale nie korzystający noclegu	133,3 zł	139,6 zł	144,9 zł	148,9 zł	161,8 zł	141,82 zł
Uczestnicy korzystający z noclegu	445,8 zł	579,2 zł	642,4 zł	537,1 zł	534,3 zł	628,0 zł

Źródło: K. Cieślowski - badania własne

Uwzględniając strukturę wydatków badanych delegatów nie nocujących w 2017 r. w Katowicach (tab. 12) zauważyć można, że uczestnicy ci najwięcej wydają na zakupy w galeriach handlowych 39,3%, a następnie na usługi gastronomiczne (29,6% - razem usługi gastronomiczne w obiekcie konferencyjnymi jak i poza obiektem).

Natomiast analiza struktury łącznych wydatków badanych delegatów nocujący w Katowicach pozwala stwierdzić, że wydatki na nocleg stanowią średnio 48,4% z wszystkich jakie ponieśli. Na zakupy wydali 18,5% a na usługi gastronomiczne w obiekcie, jaki poza nim wydali łącznie 17,4 %.

Tabela 12. Struktura całkowitych wydatków uczestników spotkań konferencyjnych poniesionych w Katowicach w 2017 r.

	Struktura wydatków delegatów bez noclegu	Struktura wydatków osób korzystający z noclegu
usługi noclegowe	0,0%	48,4%
usługi gastronomiczne w obiekcie konferencyjnym	11,6%	5,4%
usługi gastronomiczne poza obiektem konferencyjnym	18,0%	12,0%
dodatkowe opłaty i materiały konferencyjne	10,7%	2,2%
transport lokalny w miejscowości docelowej (np. MZK, TAXI)	8,5%	4,4%
rekreacja i rozrywka w czasie wolnym w obiekcie konf.	2,4%	2,5%
rekreacja i rozrywka w czasie wolnym w Katowicach	9,6%	6,5%
zakupy w galeriach, centrach i ulicach handlowych	39,3%	18,5%
parking	0,0%	0,2%
Suma	100,0 % (141,13 zł)	100,0 % (627,97 zł)

Źródło: K. Cieślowski - badania własne

Należy zwrócić uwagę, że badani uczestnicy spotkań konferencyjnych wykazywali także zróżnicowaną skłonność do ponoszenia różnych wydatków w Katowicach (tab. 13).

W przypadku uczestników spotkań konferencyjnych, którzy nie nocowali w trakcie konferencji w Katowicach, 16,3% z nich wydało na usługi gastronomiczne w obiekcie konferencyjnym średnio 36,92 zł, a 18,5% na usługi gastronomiczne poza obiektem konferencyjnym średnio 50,73 zł. Najwyższą średnią kwotę - 217,33 zł wydawali uczestnicy nienocujący na zakupy w galeriach, centrach i ulicach handlowych. Przy czym 9,4% z nich wykazało te wydatki.

W przypadku uczestników spotkań konferencyjnych, którzy skorzystali z noclegu w trakcie konferencji w Katowicach, 45,1% z nich wydało na usługi gastronomiczne w obiekcie konferencyjnym średnio 74,59 zł, a 78,0% na usługi gastronomiczne poza obiektem konferencyjnym średnio 96,17 zł.

Najwyższą średnią kwotę 317,33 zł uczestnicy nocujący w Katowicach wydawali na zakupy w galeriach, centrach i ulicach handlowych. 36,6 % z nich wykazało takie wydatki.

Uczestnicy nocujący stanowią bardzo atrakcyjną grupę docelową dla wielu podmiotów rynkowych funkcjonujących w Katowicach. Wykazali oni bowiem większą skłonność do wydatków także na usługi taksówkarskie, rekreacje w czasie wolnym, i inne (zob. tab. 13).

Tabela 13. Skłonność uczestników spotkań konferencyjnych do ponoszenia wydatków wg rodzaju kosztów wraz ze ich średnią wartością tych wydatków w Katowicach u osób, które je zadeklarowały w 2017 r.

	Uczestnicy bez noclegu		Uczestnicy z noclegiem	
	Średnia wielkość wydatków tych co je ponieśli	Odsetek uczestników ponoszących te wydatki w tej grupie	Średnia wielkość wydatków tych co je ponieśli	Odsetek uczestników ponoszących te wydatki w tej grupie
usługi noclegowe	0,00 zł	0,0%	303,73 zł	100,0%
usługi gastronomiczne w obiekcie konferencyjnym	36,92 zł	16,3%	74,59 zł	45,1%
usługi gastronomiczne poza obiektem konferencyjnym	50,73 zł	18,5%	96,17 zł	78,0%
materiały konferencyjne	117,73 zł	4,7%	86,54 zł	15,9%
transport lokalny w miejscowości docelowej (np. MZK, TAXI)	39,40 zł	11,2%	55,41 zł	50,0%
rekreacja i rozrywka w czasie wolnym w obiekcie konf.	48,33 zł	2,6%	67,63 zł	23,2%
rekreacja i rozrywka w czasie wolnym w Katowicach	96,67 zł	5,2%	134,00 zł	30,5%
zakupy w galeriach, centrach i ulicach handlowych	217,33 zł	9,4%	317,33 zł	36,6%
parking	0,00 zł	0,0%	60,0 zł	2,4%

Źródło: K. Cieślowski - badania własne

Zauważyć należy, iż „zakupy w galeriach, centrach i ulicach handlowych” stanowią znaczący element wydatków zrealizowanych w czasie pobytu na spotkaniach konferencyjnych w Katowicach zarówno dla uczestników z noclegiem jak i bez noclegu.

Podsumowanie

W 2017 roku w Katowicach łączna liczba spotkań konferencyjnych i innych wydarzeń biznesowych wyniosła **6 334**. W tym 25,2 % z nich (czyli 1 598) trwało dwa dni lub dłużej.

Ponadto, należy zauważyć, że 5 337 spotkania biznesowe zrealizowano w hotelach (84,3% z ogólnej liczby w Katowicach) pozostała część w innych obiektach.

W porównaniu do roku 2016 (gdy odnotowano 6 317 spotkań) łączna liczba spotkań konferencyjnych i wydarzeń biznesowych w 2017 roku jest większa o 17 spotkań, co oznacza nieznaczny wzrost liczby takich wydarzeń w mieście Katowice (o 0,3%).

Jednak w 2017 roku wyraźnie wzrosła liczba uczestników takich spotkań w Katowicach, z 762 538 osób w roku 2016 do **826 883 osób** w 2017 roku (czyli o 8,4 %).

Całkowita liczba dni konferencyjnych w Katowicach w 2017 roku wyniosła **8 342**, czyli średni czas trwania konferencji i innych wydarzeń biznesowych wyniósł **1,32 dnia** (czyli wydłużył się w porównaniu do 2016 r. gdy było 1,26 dnia).

Najwięcej spotkań konferencyjnych i innych wydarzeń biznesowych, jak i dni konferencyjnych odnotowano w październiku. Natomiast najwięcej uczestników takich wydarzeń odwiedziło Katowice w marcu 2017 r.

W Międzynarodowym Centrum Kongresowym (MCK) w Katowicach (największej zadaszanej powierzchni konferencyjnej w Polsce) w 2017 roku zrealizowano 232 spotkania konferencyjne i inne wydarzenia biznesowe, w których wzięło udział 533 644 osób.

W dwa weekendy (od 25 do 26 lutego oraz od 3 do 5 marca 2017) w Międzynarodowym Centrum Kongresowym i Hali Spodek, zrealizowano największe wydarzeniem biznesowe w Polsce w 2017 r. - Międzynarodowe Targi Gier Komputerowych i Oprogramowania **Intel Extreme Masters (IEM)**. Wydarzenie to odwiedziło 173 tys. osób.

Rosnącym liczbom uczestników wydarzeń biznesowych w Katowicach, towarzyszą także zmiany w wydatkach. Obserwując średnie wydatki uczestnika spotkania konferencyjnego należy zauważyć, że ogólne wydatki delegata korzystającego z noclegu w Katowicach w 2017 r. wyniosły średnio **627,96 zł** - w tym na noclegi **303,73 zł** (230,10 zł na jeden nocleg).

Uczestnicy spotkań konferencyjnych, nie nocujący w trakcie pobytu w Katowicach, wydali średnio **141,13 zł**.

Uśredniona kwota z wydatków wszystkich uczestników spotkań konferencyjnych niekorzystających z noclegów wyniosła w 2017 r. w Katowicach w trakcie jednej konferencji lub innego wydarzenia biznesowego **68,76 zł** na osobę.

Ponadto 17,8 % z ogólnej liczby spotkań konferencyjnych w Katowicach, w których uczestniczyli w ciągu całego roku 2017 badani delegaci, zrealizowane było przez nich z noclegiem (rys. 13.).

Mając ogólną liczbę uczestników wydarzeń biznesowych w Katowicach i średnie ich wydatki, z podziałem na nocujących, jak i nienocujących, oszacować można całkowitą kwotę wydatków uczestników spotkań biznesowych w Katowicach w 2017 r.

Zatem, w 2017 roku całkowite wydatki uczestników spotkań konferencyjnych i innych wydarzeń poniesione przez nich w Katowicach wyniosły niemal **140 mln zł** (139 176 238,87 zł³¹).

W świetle badań uczestników spotkań konferencyjnych, Katowice są miastem, które spełnia wymagania delegatów dla organizacji spotkań konferencyjnych i wydarzeń biznesowych.

Wraz z rozwojem popytu na te spotkania rozwija się także baza noclegowa w mieście, „przyciągane” są coraz bardziej znaczące międzynarodowe spotkania konferencyjne i przygotowywane są kolejne inwestycje infrastrukturalne poprawiające m.in. dostępność komunikacyjną Katowic (budowa centrów przesiadkowych, czy też przebudowa kilku węzłów drogowych).

Rozwój turystyki biznesowej może sprzyjać rozwojowi wielu różnych podmiotów usługowych w Katowicach, z których korzystają zarówno odwiedzający, jak i mieszkańcy.

³¹ wynika z następującego wyliczenia: ((17,8% z 826 883 uczestników) x 627,96 zł) + ((82,2% z 826 883 uczestników) x 68,76 zł)

Materiały źródłowe

Raporty i opracowania

- Atrakcyjność inwestycyjna województw i podregionów Polski 2016. Red.: S. Szultka, IBnGR, Gdańsk, Fundacja Konrada Adenauera w Polsce, Warszawa 2016
- Cieślowski K.: Raport. Rynek turystyki biznesowej w Katowicach w 2016. Badanie rynkowe uczestników spotkań konferencyjnych. Convention Bureau Katowice, Katowice 2017
- Cieślowski K.: Zarządzanie turystyką biznesową. Aspekty globalne i lokalne. AWF Katowice 2016, s.
- Cieślowski K.: Zarządzanie turystyką biznesową. Wybrane aspekty globalne i lokalne. AWF Katowice 2015
- Davidson R., Cope B.: Turystyka biznesowa. Konferencje, podróże motywacyjne, wystawy, turystyka korporacyjna. Polska Organizacja Turystyczna, Warszawa 2003
- Global Report on the Meetings Industry, UN WTO, Madryt 2014
- Hotele. Województwo śląskie. Centralna Ewidencja i Wykazy w Turystyce. Ministerstwo Sportu i Turystyki. Warszawa 2016
- International Meetings Statistics Report 58th edition. Union of International Associations (UIA), Brussels 2017; The International Association Meetings Market 2016. ICCA Statistics Report. ICCA, Amsterdam 2017
- Measuring the Economic Importance of the Meetings Industry. Developing a Tourism Satellite Account Extension. UN WTO, Madryt 2006
- Polska – roczne wskaźniki makroekonomiczne. GUS, Warszawa 2018
- Raport. Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce 2016. Poland Convention Bureau, Warszawa 2016
- Report. Demographia World Urban Areas. 13th Annual Edition. (Built-Up Urban Areas or World Agglomerations), Belleville 2017
- Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 26 czerwca 2017 r. w sprawie utworzenia w województwie śląskim związku metropolitalnego pod nazwą „Górnośląsko-Zagłębiowska Metropolia” Dz. U. RP, Poz. 1290, Warszawa, 30.06.2017
- Tourism Highlights, 2017 Edition. UN WTO, Madryt 2017
- World Travel & Tourism Economic Impact 2017. World Travel & Tourism Council, London 2017

Witryny internetowe

- <http://ekmsp.eu>
- <https://www.hrs.com>
- <http://ksse.com.pl>
- <http://pl.invest.katowice.eu>
- <http://stat.gov.pl>
- <http://www.eecpoland.eu>
- <http://www.gzm.org.pl>
- <http://www.nospr.org.pl>
- <http://www.poland-convention.pl>
- <https://muzeumlaskie.pl>
- <https://www.fitchratings.com>
- <https://www.hrs.com>
- <https://www.katowice-airport.com>
- <https://www.tomtom.com>
- www.strglobal.com

Spis tabel

Tabela 1. Hotele w Katowicach w 2017 r.....	7
Tabela 1. Sezonowość na rynku spotkań konferencyjnych i wydarzeń biznesowych w Katowicach w 2017 roku	18
Tabela 3. Średnia liczba spotkań konferencyjnych delegatów w 2017 r. wg rodzaju organizacji....	28
Tabela 4. Trendy w aktywność delegatów na rynku spotkań konferencyjnych w 2017 r.	28
Tabela 4. Wykorzystanie środków transportu przez różne grupy delegatów – uczestników spotkań konferencyjnych w Katowicach w 2017 r.....	29
Tabela 6. Oficjalne i nieoficjalne motywy uczestnictwa w spotkaniach konferencyjnych w 2017..	30
Tabela 7. Atrybuty miejscowości konferencyjnej w świetle badań uczestników spotkań konferencyjnych i wydarzeń biznesowych w Katowicach w 2017 r.	32
Tabela 8. Ocena atrakcyjności Katowic jako miejsca spotkań w świetle badań uczestników spotkań konferencyjnych i wydarzeń biznesowych w Katowicach w 2017 r.	33
Tabela 9. Cechy miasta Katowice przekraczające oczekiwania uczestników spotkań konferencyjnych w 2017 r.....	35
Tabela 10. Główne źródło informacji o spotkaniu konferencyjnym	36
Tabela 11. Średnie wydatki badanych uczestników spotkań konferencyjnych poniesione w Katowicach w latach 2012 – 2017	38
Tabela 12. Struktura całkowitych wydatków uczestników spotkań konferencyjnych poniesionych w Katowicach w 2017 r.	38
Tabela 13. Skłonność uczestników spotkań konferencyjnych do ponoszenia wydatków wg rodzaju kosztów wraz ze ich średnią wartością tych wydatków w Katowicach u osób, które je zadeklarowały w 2017 r.	39

Spis rysunków

Rys. 1. Turystyka biznesowa a podróże służbowe	12
Rys. 2. Struktura spotkań konferencyjnych i innych wydarzeń biznesowych w Katowicach w latach 2012 – 2017 z uwzględnieniem czasu ich trwania	16
Rys. 3. Struktura spotkań konferencyjnych i innych wydarzeń biznesowych w Katowicach w latach 2012 – 2017 z uwzględnieniem obiektu konferencyjnego	17
Rys. 4. Rozkład spotkań konferencyjnych i wydarzeń biznesowych w Katowicach w 2017 roku.	18
Rys. 5. Rozkład ogólnej liczby uczestników wydarzeń biznesowych w Katowicach w 2017 r.	19
Rys. 6. Rozkład dni konferencyjnych w Katowicach w 2017 r.	20
Rys. 7. Liczba uczestników spotkań konferencyjnych i wydarzeń biznesowych w Katowicach w latach od 2012 do 2017	20
Rys. 8. Struktura uczestników spotkań konferencyjnych i wydarzeń biznesowych w Katowicach w 2017 z uwzględnieniem obiektu konferencyjnego.....	21
Rys. 9. Struktura uczestników badania wg wieku	24
Rys. 10. Struktura uczestników spotkań konferencyjnych wg rodzaju organizacji, którą reprezentują	24
Rys. 11. Struktura badanych uczestników spotkań konferencyjnych według płci.....	25
Rys. 12. Rozkład terytorialny uczestników spotkań konferencyjnych w Katowicach	25
Rys. 13. Struktura badanych uczestników spotkań konferencyjnych z uwzględnieniem kosztów noclegu w Katowicach	26
Rys. 14. Struktura wszystkich spotkań konferencyjnych uczestników badania w 2017 r. ze względu na miejsce ich konferencji	27
Rys. 15. Rozkład terytorialny wszystkich spotkań konferencyjnych uczestników w 2017 r.	27
Rys. 16. Struktura uczestników spotkań konferencyjnych w Katowicach ze względu na wykorzystane na przyjazd środki transportu w 2017 r.	29

Dane kontaktowe Convention Bureau Katowice

Convention Bureau Katowice

convention@katowice.eu

Biuro czynne od poniedziałku do piątku w godzinach 7.30 - 15.30
pokój 3.41 - 3.45, Międzynarodowe Centrum Kongresowe
Plac Sławika i Antalla 1, 40-005 Katowice

Janusz Nowak

tel. +48 32 253 93 96

tel. +48 506 755 013

janusz.nowak@katowice.eu

Krystian Gryglaszewski

krystian.gryglaszewski@katowice.eu

tel. +48 518 536 805

Robert Torka

tel. +48 504 787 054

Jolanta Osior

tel. +48 506 505 167

Adres do korespondencji:

Urząd Miasta Katowice

ul. Młyńska 4, 40-098 Katowice