Business
Destination
Alliance

Silesia
Convention
Bureau

RAPORT

Rynek wydarzeń biznesowych w województwie śląskim

W ROKU 2025

DR KRZYSZTOF CIEŚLIKOWSKI

Silesia Convention Bureau – 2026

K. Cieślikowski: *Rynek wydarzeń biznesowych w województwie śląskim w 2025 r. Raport.* Silesia Convention Bureau, Śląska Organizacja Turystyczna, Katowice 2026

Zespół badawczy:

- Paulina Bobla
- Julia Cieślikowska
- Dawid Jakubiec
- Laura Neukirch

Spis treści

WPROWADZENIE 3

1 PODSTAWOWE POJĘCIA STOSOWANE W RAPORCIE 8

2 METODYKA BADAŃ 16

3 WYDARZENIA BIZNESOWE W WOJEWÓDZTWIE ŚLĄSKIM W ŚWIETLE UZYSKANYCH ODPOWIEDZI 24

3.1 CHARAKTERYSTYKA OGÓLNA WYDARZEŃ BIZNESOWYCH W WOJEWÓDZTWIE ŚLĄSKIM. 24

3.2 CHARAKTERYSTYKA WYDARZEŃ BIZNESOWYCH WEDŁUG RODZAJU OBIEKTU. 37

3.2.1 Wydarzenia biznesowe w obiektach noclegowych. 37
3.2.2 Wydarzenia biznesowe w obiektach kulturalnych. 44
3.2.3 Wydarzenia biznesowe w szkołach wyższych i placówkach edukacyjnych. 49
3.2.4 Wydarzenia biznesowe w obiektach sportowych. 56
3.2.5 Wydarzenia biznesowe w obiektach gastronomicznych. 62
3.2.6 Wydarzenia biznesowe w centrach konferencyjnych i wystawienniczych. 68
3.2.7 Wydarzenia biznesowe w innych obiektach 75

4 WNIOSKI Z BADAŃ ANKIETOWYCH POPYTU ZREALIZOWANEGO I WYKAZANEGO PRZEZ OBIEKTY WYDARZEŃ BIZNESOWYCH W WOJEWÓDZTWIE ŚLĄSKIM W 2025 R. 80

5 OSZACOWANIE WIELKOŚCI POPYTU CAŁKOWITEGO NA RYNKU WYDARZEŃ BIZNESOWYCH W WOJEWÓDZTWIE ŚLĄSKIM W 2025 R. 84

5.1 METODYKA OSZACOWANIA I WIELKOŚĆ POPYTU CAŁKOWITEGO NA RYNKU WYDARZEŃ BIZNESOWYCH OGÓŁEM. 84

5.2 WIELKOŚĆ POPYTU CAŁKOWITEGO NA RYNKU WYDARZEŃ BIZNESOWYCH – WEDŁUG RODZAJU OBIEKTU WYDARZEŃ. 91

PODSUMOWANIE I REKOMENDACJE 94

MATERIAŁY ŹRÓDŁOWE 101

RAPORTY I INNE OPRACOWANIA 101

WITRYNY INTERNETOWE 102

SPIS TABEL 103

SPIS RYSUNKÓW 104

ZAŁĄCZNIKI 106

PODZIĘKOWANIA 125

Wprowadzenie

Rynek wydarzeń biznesowych (określany w wielu opracowaniach także jako „przemysł spotkań", „rynek MICE"[1]) to segment rynku turystycznego rozwijający się w znacznej mierze pod wpływem zmian zachodzących w gospodarce. Przy czym rozwój traktowany jest także jako zjawisko jakościowe, odnoszące się do możliwości wprowadzania innowacji (nowych rozwiązań, udoskonalenia istniejących rozwiązań) produktowych, procesowych, strukturalnych oraz innowacji w dziedzinie organizacji i zarządzania[2]. Wydarzenia biznesowe stanowią na tym rynku specyficzny przedmiot transakcji. Organizowanie ich wymaga współpracy wielu podmiotów rynkowych występujących w różnych rolach w trakcie wydarzenia. Wydarzenia biznesowe pełnią wiele ważnych funkcji, w tym m.in. funkcję katalizatora innowacji, ale także wsparcia handlu i rozwoju regionalnego, a konferencyjne formy spotkań (kongresy, szkolenia i spotkania korporacyjne) są kluczowym narzędziem dla wielu przedsiębiorstw, stowarzyszeń i instytucji w zakresie budowania relacji wewnętrznych i na zewnątrz organizacji, transferu wiedzy i innowacji, promocji i wizerunku marki. Globalny rynek wydarzeń (w tym wydarzeń biznesowych) wykazuje trend wzrostowy[3]. Oczekuje się, że w kolejnych latach utrzyma się dynamika zmian na tym rynku, wspierana m.in. przez następujące zjawiska: cyfrową transformację (w tym rosnącą rolę sztucznej inteligencji w planowaniu wydarzeń, personalizacji doświadczeń uczestników i efektywności operacyjnej), wojny na świecie, zmiany polityczne, utrzymujące się łączenie wydarzeń stacjonarnych z transmisjami online oraz rosnącą rolę różnych aspektów zrównoważonego rozwoju.

Rynek wydarzeń biznesowych w Polsce charakteryzuje się profesjonalizacją i rosnącym znaczeniem ekonomicznym. Coraz większe zainteresowanie administracji publicznej tym rynkiem, jak i przedsiębiorców (w tym także tych, dla których wydarzenia MICE były czasami dodatkowym aspektem rozwoju biznesu), skłania do gromadzenia informacji o tym rynku, analiz i porównań. Raport „Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce 2025" (wg danych za 2024 r.) wskazuje, że największy udział stanowią spotkania korporacyjne i motywacyjne (49%), a następnie konferencje i kongresy (46%), a najczęściej wybieranymi obiektami spotkań są hotele (72% wydarzeń biznesowych)[4].

[1] MICE to akronim z ang. słów: Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions,

[2] Z. Pierścionek: *Strategie rozwoju firmy*. WN PWN, Warszawa 2001, s. 11

[3] por.: A. Turner: *Word Trends Report 2026*. IBTM, Barcelona 2025

[4] por.: *Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce 2025*. POT, Warszawa 2025

Pojęcie „rynek wydarzeń biznesowych" związane jest z pojęciem **turystyki biznesowej**, czyli podróżami poza miejsce stałego zamieszkania na służbowe spotkania grupowe[5]. Spotkania tego typu, jak i same podróże, realizowane są w związku z rozwojem organizacji, którą reprezentują uczestnicy i organizatorzy wydarzeń. Dla realizacji takich wydarzeń niezbędna jest m.in. dostępność komunikacyjna destynacji i infrastruktura materialna spełniająca oczekiwania organizatorów (w tym obiekty wydarzeń)[6]. Turystyka ta rozwija się głównie w miastach, co znajduje wyraz w opracowywanych w Polsce[7] i na świecie[8] raportach.

Najwięcej miast na prawach powiatu w Polsce znajduje się w województwie śląskim[9]. Specyfika tego regionu jako atrakcyjnej destynacji na rynku wydarzeń biznesowych przejawia się także w dużej koncentracji wielkich, wielofunkcyjnych obiektów spotkań[10] i realizacji co roku na tym obszarze największej liczby imprez masowych w Polsce[11]. Skłania to do analizy rynku wydarzeń biznesowych na poziomie całego województwa śląskiego z uwzględnieniem jego podziału administracyjnego i zróżnicowania obiektów wydarzeń biznesowych.

W 2024 r. zrealizowano badania rynkowe dotyczące charakterystyki strony podażowej rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim[12] (było to pierwsze badanie dotyczące analizy i charakterystyki rynku turystyki biznesowej obejmujące całe województwo śląskie). W wyniku prowadzonych wtedy działań zidentyfikowano na terenie całego województwa 967 obiektów, w których można zorganizować wydarzenia, w tym wydarzenia biznesowe. Badania prowadzone w 2024 r. wykazały także duże zróżnicowanie w zakresie specyfiki tych obiektów, uwzględniając przy tym materialny potencjał do obsługi wydarzeń (np. mierzony liczbą miejsc siedzących w salach konferencyjnych, powierzchnią konferencyjną, zapleczem noclegowym), jak i rozmieszczenie przestrzenne uwzględniające podział na powiaty i subregiony w województwie śląskim.

[5] por.: R. Davidson, B. Cope: *Business travel: Conferences, incentive travel, exhibitions, corporate hospitality, and corporate travel.* Pearson Education, Financial Times, New York 2003; K. Cieślikowski: *Rynek turystyki konferencyjnej. Tom I: Podstawy teoretyczne. Funkcjonowanie i rozwój na świecie*. AWF, Katowice 2014

[6] por.: M. Oppermann: *Convention destination images: Analysis of association meeting planners perceptions*. Tourism Management, 17 (3) 1996, s. 75-182; G.I. Crouch, J.J. Louviere: *The Determinants of convention site selection: A logistic choice model from experimental data.* Journal of Travel Research, 43 (2) 2004, s. 118-130; T. Rogers, R. Davidson: *Marketing destinations and venues for conferences, conventions and business events.* Abingdon, Routledge, Oxon 2016

[7] w tym raporty z miast: Gdańsk, Katowice, Kraków, Warszawa, https://www.pot.gov.pl/pl/inne-opracowania (dost.: 11.12.2025)

[8] por.: *Globe Watch Business Analytics – 2024 Country & City Rankings*. ICCA, Amsterdam 2025; *International Meetings Statistics Report.* 66th edition, UIA, Brussels 2025

[9] 19 miast na prawach powiatu z wszystkich 63 w Polsce znajduje się w województwie śląskim

[10] Por. K. Cieślikowski: *Koncentracja geograficzna obiektów spotkań a rozwój przemysłu wydarzeń w województwie śląskim.* w: Ekonomiczne Problemy Turystyki. 3/2016 (35), wyd. Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2016, s. 147-159

[11] W województwie śląskim odnotowano w 2024 r. 1078 imprez masowych, w kolejnym województwie w tym rankingu – mazowieckim było to 790. w: *Imprezy masowe w 2024 r*. GUS, Warszawa 2025

[12] por.: K. Cieślikowski, P. Piotrowski: *Strona podażowa rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim. Obiekty wydarzeń biznesowych. Raport*. Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Centrum Badań i Rozwoju, Katowice 2024

W podsumowaniu raportu z 2024 r. zapisano, iż taki potencjał konferencyjny regionu „stwarza duże możliwości dla organizowania zróżnicowanych specyfiką, rangą, wielkością, czasem trwania i zasięgiem oddziaływania wydarzeń biznesowych".

Te informacje stanowiły podstawę do uruchomienia kolejnego etapu badania rynku turystyki biznesowej w województwie śląskim, prowadzącego do charakterystyki popytu zrealizowanego w obiektach wydarzeń, z uwzględnieniem ustalonych już w pierwszym etapie kryteriów podziału obiektów wydarzeń biznesowych i podziału administracyjnego województwa.

Celem głównym prowadzonych badań rynkowych, których wyniki prezentuje niniejszy raport było oszacowanie wielkości i charakterystyka rynku wydarzeń biznesowych zrealizowanych stacjonarnie w 2025 r. w województwie śląskim, w tym z uwzględnieniem liczby, rodzaju i wielkości zrealizowanych wydarzeń.

Celami szczegółowymi realizowanymi w ramach prowadzonych aktywności były:

- weryfikacja obiektów wydarzeń biznesowych województwa śląskiego i ich podział z uwzględnieniem rodzaju obiektu, rozkładu terytorialnego (administracyjnego),
- ustalenie zakresu zmiennych opisujących popyt na rynku wydarzeń biznesowych pozwalających na rzetelne zebranie danych i ich analizę, w tym z uwzględnieniem zmiennych koniecznych do porównań z innymi regionami w Polsce i na świecie,
  (patrz pytania i zmienne w zał.1 - „kwestionariusz ankietowy"),
- nawiązanie relacji bezpośrednich z podmiotami rynku wydarzeń i wzmocnienie współpracy przedstawicieli branży spotkań (w tym szczególnie menadżerów obiektów wydarzeń biznesowych) z Silesia Convention Bureau,
- wypracowanie techniki i procesu organizacji badań rynkowych tego typu na potrzeby gromadzenia informacji o rynku MICE w woj. śląskim w kolejnych latach,
- identyfikacja obiektów szczególnie istotnych dla rynku wydarzeń biznesowych i zaangażowanych w jego rozwój w województwie śląskim.

Zakres przedmiotowy badań obejmował popyt zrealizowany na rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim z uwzględnieniem danych liczbowych obiektów, które przekazały informacje za 2025 r. (w tym m.in. sezonowości tego pobytu, struktury rodzajowej i wielkości wydarzeń mierzonej liczbą uczestników, czasu ich trwania, rodzaju zleceniodawcy, typu organizatora, miejsca zamieszkania uczestników, itd.).

Zakres podmiotowy badań obejmował zidentyfikowane w badaniach strony podażowej rynku wydarzeń województwa śląskiego obiekty wydarzeń biznesowych z uwzględnieniem ich podziału

rodzajowego (obiekty noclegowe, centra konferencyjne i wystawiennicze, obiekty kulturalne, sportowe, szkoły wyższe i placówki edukacyjne, gastronomiczne, inne obiekty).

Zakres przestrzenny badań obejmował województwo śląskie z uwzględnieniem podziału administracyjnego na poziomie powiatów, a w analizie wyników także na poziomie subregionów.

Zakres czasowy badań obejmował wydarzenia zrealizowane w dniach między 1 stycznia a 31 grudnia 2025 r.

Raport składa się z wprowadzenia, pięciu części i podsumowania.

W pierwszej części znajduje się opis zastosowanych w raporcie terminów i pojęć, pozwalający na swobodne poruszanie się w analizie zebranych danych o kwalifikowanych wydarzeniach biznesowych z obiektów, które wykazały 1 i więcej takich wydarzeń zrealizowanych w swoich zasobach w 2025 r.

Następną część stanowi przedstawienie metodyki prowadzonych badań ankietowych, w tym szczególnie procesu ich organizacji, narzędzia badawczego, charakterystyki obiektów badawczych i kryteriów podziału wydarzeń.

W trzeciej części raportu nastąpiła analiza ogólna zebranych w procesie realizacji badań ankietowych informacji o zrealizowanych wydarzeniach biznesowych w 2025 r. w województwie śląskim, z uwzględnieniem zmiennych opisanych w założeniach badawczych (w tym: liczby uczestników, liczby wydarzeń, podziału ich ze względu na czas trwania, rodzaj wydarzenia, zleceniodawcę, częstotliwość wydarzeń, rodzaj zleceniodawcy, miejsce pochodzenia zleceniodawcy, wielkość wydarzeń, pochodzenie uczestników). Następnie dokonano analizy i charakterystyki wydarzeń zrealizowanych w poszczególnych rodzajach obiektów wydarzeń biznesowych.

W kolejnej części odniesiono się do kluczowych wniosków z przeprowadzonych badań ankietowych i uzyskanych z nich wyników.

Piątą część raportu stanowi przedstawienie procedury badawczej zmierzającej do oszacowania wielkości popytu zrealizowanego na rynku wydarzeń biznesowych w 2025 r. w województwie śląskim. Opisano metodę estymacji wielkości rynku z wykorzystaniem zrealizowanego badania ankietowego i modelowania jednostek nieodpowiadających, uwzględniającą wskaźnik „non-response" oraz jego wagi w określonych rodzajach obiektów „weighting / estimation". Wyliczono ostateczną wielkość popytu całkowitego na rynku wydarzeń, która została określona jako suma wartości zidentyfikowanych w badaniu ankietowym oraz wartości oszacowanych dla jednostek (obiektów wydarzeń) nieodpowiadających.

W podsumowaniu odniesiono się do całkowitej wielkości popytu zrealizowanego na rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim (32 850 wydarzeń biznesowych, w których

uczestniczyło niemal 2,5 mln osób), a także do specyfiki popytu realizowanego w subregionach oraz poszczególnych rodzajach obiektów wydarzeń. Ponadto wskazano rekomendacje dotyczące dalszych badań i rozwoju tego rynku w regionie.

Wyniki tego raportu stanowią bazę wiedzy o rynku wydarzeń biznesowych w regionie, pokazują zróżnicowanie popytu i jego specyfikę (szczegółowe dane, opisy metodyki badań oraz analizy z uwzględnieniem wielu kryteriów różnicujących strukturę rynku znajdują się w załącznikach).

Raport pozwolił przybliżyć rynek wydarzeń biznesowych w województwie śląskim, wychodząc poza istniejące dotychczas ogólnopolskie statystyki o popycie zrealizowanym. W tym przede wszystkim pozwolił doszacować całkowity poziom popytu zrealizowanego w 2025 r. w ujęciu liczbowym (a nie tylko w obiektach wydarzeń, które zadeklarowały kwalifikujące się wydarzenia).

Działania podejmowane dla opracowania tego raportu są realizacją kolejnej edycji badań rynku wydarzeń biznesowych (wcześniej badana była strona podażowa tego rynku[13]). Aktywność ta jest także potwierdzeniem rosnącej świadomości znaczenia turystyki biznesowej w regionie i kolejnym kamieniem milowym dla rozwoju współpracy podmiotów funkcjonujących na rynku MICE w województwie śląskim.

[13] K. Cieślikowski, P. Piotrowski: *Strona podażowa rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim. Obiekty wydarzeń biznesowych. Raport.* Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Centrum Badań i Rozwoju, Katowice 2024

1 Podstawowe pojęcia stosowane w raporcie

W procesie realizacji badań rynkowych do tego raportu przyjęto definicje, kryteria podziałów rynku wydarzeń biznesowych (w tym rodzajów obiektów wydarzeń, które zaproszono do badania) wprowadzone w pierwszym badaniu rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim poświęconym stronie podażowej tego rynku[14]. Definicje tam zapisane oparte są o zalecenia spotykane w innych opracowaniach różnych autorów i instytucji odpowiedzialnych za gromadzenie danych o rynku takich wydarzeń w Polsce i zagranicą[15].

Pojęcia opisane w tym miejscu raportu stanowią przedmiot badań i analiz z wykorzystaniem kwestionariusza pytań (patrz zał. 1), w którym wykorzystano je do gromadzenia danych o rynku wydarzeń biznesowych. Zalicza się do nich hasła:

- „wydarzenia biznesowe",
- „uczestnicy wydarzeń biznesowych",
- „wielkości popytu zrealizowanego",
- „sezonowość popytu na rynku wydarzeń biznesowych" (np. według miesięcy)
- „czas trwania wydarzeń" (np. 1 dzień, 2 dni, 3 dni, 4 dni i dłużej),
- „rodzaje wydarzeń" (meetings, incentives, connventionts, exhibitions),
- „nowość wydarzenia dla obiektu" (pierwszy raz, powracające),
- „rodzaj klienta" („zleceniodawca bezpośredni", „agencja eventowa"),
- „powtarzalność wydarzenia" („jednorazowe", „cykliczne"),
- „rodzaj głównego organizatora" („instytucje publiczne", „organizacje społeczne/ gospodarcze i inne non-profit", „firmy/ korporacje"),
- „siedziba zleceniodawcy",
- „wielkość wydarzenia" („małe", „średnie", „duże", „wielkie")
- „zasięg oddziaływania wydarzenia" (uczestnicy: „tylko z woj. śląskiego", „z innych województw w Polsce", „z zagranicy"),
- „rynek wydarzeń biznesowych w ujęciu podmiotowym", w tym: obiekty wydarzeń biznesowych (noclegowe, kulturalne, sportowe, szkoły wyższe i placówki edukacyjne, obiekty gastronomiczne, centra konferencyjne i wystawiennicze, inne obiekty wydarzeń).

[14] por.: K. Cieślikowski, P. Piotrowski: *Strona podażowa rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim. Obiekty wydarzeń biznesowych. Raport*. Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Centrum Badań i Rozwoju, Katowice 2024, s. 8-22

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

Głównym przedmiotem badań dla opracowania tego raportu są wydarzenia biznesowe.

Wydarzenia biznesowe to spotkania grupowe z minimalną liczbą 10 osób w jednym pomieszczeniu, trwające 4 godziny lub dłużej, realizowane w celach związanych z wykonywaną przez uczestników pracą i rozwojem organizacji, którą reprezentują.

Do *wydarzeń biznesowych* zalicza się różne formy spotkań konferencyjnych (kongresy, konferencje, zjazdy, sympozja, szkolenia, seminaria), a także spotkania firmowe (gale, rocznice, uroczystości firmowe), imprezy motywacyjne (wyjazdy integracyjne), targi i wystawy gospodarcze. To zatem, wszelkie grupowe spotkania osób w różnych celach (edukacyjnych, wymiany informacji, odbycia debaty lub dyskusji, osiągnięcia porozumienia lub podjęcia decyzji, budowania relacji, nawiązania kontaktów handlowych) i inne dla realizacji celów biznesowych organizatora/ zleceniodawcy[16].

W przypadku charakterystyki rynku wydarzeń biznesowych, odnotowywana jest i analizowana w różnych raportach zmienność popytu w ciągu roku (tzw. **sezonowość popytu** na rynku wydarzeń biznesowych), wyrażona liczbą wydarzeń zrealizowanych i liczbą uczestników w poszczególnych miesiącach[17]. Rozkład wydarzeń biznesowych w ciągu roku pozwala zauważyć miesiące, w których jest większe lub mniejsze zainteresowanie wynajęciem obiektów na wydarzenia biznesowe w regionie. Ponadto, wydarzenia biznesowe analizuje się także z uwzględnieniem ich **czasu trwania (długości)** mierzonym liczbą dni konferencyjnych. Wówczas można podzielić wydarzenia na: jednodniowe, dwudniowe, trzydniowe, a także te trwające cztery dni i dłużej (pyt. 1 w zał. 1). Analiza struktury wydarzeń ze względu na czas ich trwania pozwala na identyfikację możliwości rozwoju innych usług turystycznych w obiekcie i regionie, szczególnie w przypadku wydarzeń kilkudniowych.

Termin „**uczestnik wydarzeń biznesowych**”, 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

[16] więcej w: K. Cieślikowski, J. Kantyka: W*ykorzystanie wielkich wydarzeń w promocji miasta – na przykładzie Katowic.* Marketing miejsc – teraźniejszość czy przyszłość? Zeszyty Naukowe, nr 40 Uczelnia Vistula, Warszawa 2015, s. 29–41; zob. też w: K. Cieślikowski, T. Żabińska: *Turystyka kongresowa – aspekty globalne i regionalne.* w: Marketing – przełom wieków. Paradygmaty, Zastosowania. tom II. red. K. Mazurek- Łopacińska, Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu nr 852, t. 2, Wrocław 2000, s. 278-287

[17] zob więcej w: *Wiener Tagungsindustrie Report.* Vienna Convention Bureau, Wiedeń 2026, s. 24; *Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce*. Raport 2025, POT, Warszawa 2025

24 h i korzysta z ogólnodostępnej bazy noclegowej), jak i innych osób, które pojawiły się w celach służbowych na grupowych spotkaniach (w tym mieszkańców, a także osób przebywających jeden dzień – w tym także osoby bez noclegu) w miejscowości konferencyjnej, ale korzystających z usług konferencyjnych, infrastruktury na te wydarzenia przygotowanej.

Uczestnik wydarzenia biznesowego to osoba biorąca udział w wydarzeniu biznesowym, zidentyfikowana na podstawie zaproszenia, biletu wstępu lub w innej formie (lista uczestników, lista osób zarejestrowanych, itd.).

Zalicza się do tych osób m.in.: panelistów - prelegentów; przedstawicieli sponsorów i innych partnerów biznesowych; wystawców i obsługę stoisk, przedstawicieli mediów (prasa, radio, telewizja, media internetowe), w tym dziennikarzy i inne osoby obsługi stoisk (technicy, operatorzy, itp.), pracowników instytucji i organizacji zaangażowanych w realizację wydarzenia, uczestniczących bezpośrednio w wydarzeniu.

Jeżeli uczestnicy pochodzą spoza miejscowości, w której realizowane jest wydarzenie biznesowe to generują ruch turystyczny w miejscowości (turystykę biznesową). Należy pamiętać, że pojęcie „turystyka biznesowa" jest węższe od pojęcia „podróże służbowe". Davidson podkreśla, iż termin „podróże służbowe" jest bardziej ogólny[18] i obejmuje wszystkie wyjazdy, których cele są związane z pracą bądź interesami podróżującego. Podróże służbowe obejmują zatem „indywidualne podróże służbowe"[19] a także „turystykę biznesową", czyli wyjazdy i udział w spotkaniach grupowych.

Liczba zrealizowanych wydarzeń biznesowych w obiektach wydarzeń i liczba uczestników takich wydarzeń to podstawowe zmienne przedstawiające **wielkości popytu zrealizowanego** w określonym interwale czasowym na administracyjnie wyodrębnionym obszarze.

W analizach rynku wydarzeń biznesowych wyróżnia się różne **rodzaje wydarzeń (**pyt. 2, zał. 1) uwzględniając przy tym ich specyfikę organizacyjną, tematykę, a także rangę. W literaturze przedmiotu i opracowaniach używa się akronimu MICE odnoszącego się do czterech grup wydarzeń biznesowych:

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

[19] 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").

- **„meetings”** - to spotkania zamknięte, rozmowy handlowe w małych grupach, ale także gale, uroczystości firmowe i okazje specjalne;
- **„incentives”** - to wydarzenia firmowe integracyjne, motywacyjne, a także spotkania firmowe z szerokim programem rozrywkowym;
- **„conventions”** - to kongresy, konferencje, sympozja, seminaria, szkolenia, warsztaty, zgromadzenia, itp.;
- **„exhibitions”** - to giełdy, targi i wystawy.

Ważnym aspektem różnicującym specyfikę funkcjonowania podmiotów rynku wydarzeń biznesowych jest zidentyfikowanie struktury ich podziału z uwzględnieniem **„nowości” wydarzenia** dla obiektu wydarzeń, czyli tego, ile wydarzeń jest realizowanych „pierwszy raz” w obiekcie wydarzeń, a ile ponownie (tzw. wydarzenia „powracające”). Analiza struktury wydarzeń z tym kryterium (pyt. 3, zał. 1) pozwala zauważyć skalę zaangażowania obiektów wydarzeń w obsługę dotychczasowych klientów, jak i nowych (realizujących wydarzenia „pierwszy raz” w obiekcie) w badanym interwale czasowym.

W wielu opracowaniach wspomina się także o rosnącym udziale pośredników wyspecjalizowanych w organizacji wydarzeń biznesowych na zlecenie swoich klientów[20]. Zatem wydarzenia biznesowe realizowane w obiektach mogą być **zlecane bezpośrednio przez organizatora** głównego – tzw. „**zleceniodawca bezpośredni**”; jak również przez koordynatora – „**pośrednika**” (agencję eventową, PCO, DMC, PMP[21]). Analiza tej struktury wydarzeń (pyt. 4, zał. 1) pokazuje aktywność obiektu na rynku wydarzeń we współpracy z wyspecjalizowanymi podmiotami koncentrującymi się w swej działalności na realizacji wydarzeń biznesowych dla swoich klientów.

Wydarzenia w swej specyfice różnią się także **powtarzalnością** (częstotliwością) tzn., iż są organizowane ad hoc (tzw. „**jednorazowe**”), jak i mogą stanowić powtarzalne produkty organizatora realizowane w określonym obiekcie wydarzeń („**cykliczne**”). Ich analiza z uwzględnieniem tego kryterium (patrz pyt. 5, zał. 1) stanowić może ciekawy obraz rynku wydarzeń na danym obszarze administracyjnym i w określonych obiektach wydarzeń.

Kolejnym kryterium różnicującym wydarzenia jest **rodzaj głównego organizatora** (patrz pyt. 6, zał. 1). Uwzględniając jego formę organizacyjną, cele i sposoby finansowania wyróżnia się:

[20] por.: IAPCO 2025 *Annual Member Survey Results*. The International Association of Professional Congress Organisers, Zurich, 2026

[21] Akronimy z j. ang.: PCO – professional conference organizer; DMC – destination managing companies; PMP – professional meeting planner

- „**instytucje publiczne**" (w tym różne struktury i agendy administracji publicznej na różnym poziomie podziału administracyjnego, w tym także instytucje ponadnarodowe),
- „**organizacje społeczne i inne non-profit**" (organizacje i podmioty rynkowe, których głównym celem jest działalność na rzecz pożytku publicznego, w tym podmioty rynkowe działające w formie stowarzyszenia, fundacji),
- „**firmy, korporacje**" – przedsiębiorstwa i inne organizacje nastawione przede wszystkim na zysk.

Podział zleceniodawców (głównych organizatorów wydarzeń w obiekcie) stanowi odzwierciedlenie struktury rynku z uwzględnieniem głównych segmentów rynku wydarzeń biznesowych. Ich zachowania rynkowe i specyfika funkcjonowania na rynku wydarzeń biznesowych (oczekiwania co do obiektu wydarzeń, destynacji turystyki biznesowej, itd.) są zróżnicowane, co stanowi także przedmiot badań i opracowań[22].

Analiza wydarzeń biznesowych z uwzględnieniem **siedziby zleceniodawcy** (patrz pyt. 7, zał. 1) pozwala zauważyć skalę promocji i aktywności biznesowej obiektów wydarzeń. Mając to na uwadze zidentyfikować można udział tzw. popytu wewnętrznego (z województwa, w którym obiekt wydarzeń biznesowych się znajduje). Podział zleceniodawców zastosowany w opracowaniu uwzględnia trzy grupy podmiotów:

- „z województwa śląskiego" – tzw. popyt wewnętrzny,
- „z innych województw w Polsce" – popyt krajowy,
- „z zagranicy" – popyt wygenerowany na rynku międzynarodowym.

Bardzo ważnym czynnikiem różnicującym **wydarzenia jest ich wielkość**, mierzona liczbą uczestników. W istniejących opracowaniach i raportach nie ma jednomyślności co do jednoznacznych kryteriów podziału wydarzeń w tym zakresie. W badaniach realizowanych przez Polską Organizację Turystyczną stosuję się minimalną liczbę uczestników dla zliczanych wydarzeń 50 osób. Natomiast UN Tourism w swoich opracowaniach za wydarzenie biznesowe uznaje spotkanie, w którym uczestniczy co najmniej 10 osób, natomiast Union of International Associations (UIA) kwalifikuje tylko wydarzenia z liczbą 300 i więcej osób.

W badaniu zmierzającym do opracowania tego raportu zastosowano ogólnie przyjętą terminologię i przyjęto kryteria zliczeń stosowane przez UN Tourism, jak również Poland Convention

[22] więcej np.: w raportach GBTA (The Global Business Travel Association), ICCA (The International Congress and Conferences Association), PCB (Poland Convention Bureau), Meetings & Incentive Travel Magazine, K. Cieślikowski: *Rynek turystyki konferencyjnej. Tom 2. Funkcjonowanie i rozwój w Polsce*. AWF Katowice 2014

Bureau (PCB) oraz UIA. Minimalną liczbę uczestników w grupie osób na wydarzeniu biznesowym określono na co najmniej 10 osób (zalecaną przez UN Tourism[23]) oraz podzielono te wydarzenia w przedziałach:

- 10-49 osób (małe wydarzenia),
- 50- 299 osób (średnie wydarzenia),
- 300 – 999 osób (duże wydarzenia),
- 1000 i więcej osób (wielkie wydarzenia).

Taki podział pozwala porównać wyniki do innych raportów w Polsce (np. raporty PCB opisują wydarzenia biznesowe z liczbą 50 osób i więcej). Liczby graniczne 300 i 1000 pojawiają się w także zapisach dotyczących organizacji imprez masowych w Polsce.

Kolejnym kryterium różnicującym wydarzenia jest **zasięg oddziaływania wydarzenia,** który mierzony jest najczęściej przez identyfikację pochodzenia uczestników. Wówczas można wyróżnić:

- wydarzenia z uczestnikami tylko z województwa śląskiego,
- wydarzenia z uczestnikami także z innych województw niż śląskie,
- wydarzenia, w których uczestniczyły także osoby z zagranicy.

Opis uczestników wydarzeń, z poziomu osoby zarządzającej obiektem wydarzeń, jest bardzo trudny do wskazania. Jednak analiza wydarzeń w tym kryterium pozwala zauważyć „zasięg" wydarzeń w określonych rodzajach obiektów (patrz pyt 9, zał. 1). Ponadto, można przypuszczać, iż przyjazdy uczestników z zagranicy mobilizują organizatorów do realizacji wydarzeń dłuższych, z większą liczbą usług dla uczestników, tym samym wydarzeń mocno oddziałujących na gospodarkę regionu.

Rynek wydarzeń biznesowych w ujęciu podmiotowym obejmuje różne grupy podmiotów:

- I grupa – wytwórcy/dostawcy usług cząstkowych (**obiekty wydarzeń biznesowych**, przedsiębiorstwa usług transportowych, usług gastronomicznych, usług wspomagających; inni lokalni przedsiębiorcy – okazjonalnie włączających się w realizację wydarzeń biznesowych),
- II grupa - pośrednicy wyspecjalizowani i działający w imieniu zleceniodawców (np., profesjonalni organizatorzy konferencji, agecje eventowe, itp.) oraz instytucje działające w imieniu wytwórców/dostawców usług cząstkowych (np.: regionalne i miejskie convetion bureaus),

[23] UN Tourism (wcześniej UN WTO) - The United Nations World Tourism Organization

- III grupa – nabywcy instytucjonalni (organizacje non-for profit, administracja publiczna, przedsiębiorstwa) i uczestnicy wydarzeń biznesowych[24].

Informacje o wydarzeniach biznesowych zrealizowanych w województwie śląskim w 2025 r. pochodzą z różnych rodzajów obiektów wydarzeń (podmioty z I grupy).

Obiekt wydarzeń biznesowych (obiekt dla wydarzeń biznesowych, obiekt spotkań konferencyjnych) to budynek lub zespół budynków, który dysponuje co najmniej jednym pomieszczeniem dla zorganizowania wydarzenia biznesowego dla minimum 10 osób i gotowy jest do komercyjnego udostępniania tego pomieszczenia.

Uwzględniając główne funkcje użytkowe obiektów wydarzeń i najczęściej realizowane rodzaje spotkań grupowych, obiekty te podzielono na siedem grup:

- **obiekty noclegowe** (obiekty wydarzeń biznesowych, które posiadają co najmniej jedną salę konferencyjną i zaplecze noclegowe, zatem ich oferta może być kompleksowa w zakresie organizacji oraz obsługi spotkań konferencyjnych i innych biznesowych; w tym także skategoryzowane hotele),
- **obiekty kulturalne** (obiekty z główną funkcją rozwoju kultury i realizacji wydarzeń kulturalnych, ale także posiadające co najmniej jedno pomieszczenie komercyjnie udostępniane dla spotkań konferencyjnych i wydarzeń biznesowych),
- **obiekty sportowe** (obiekty z główną funkcją rozwoju sportu i rekreacji, realizacji wydarzeń w tym zakresie, ale także posiadające co najmniej jedno pomieszczenie komercyjnie udostępniane dla spotkań konferencyjnych i wydarzeń biznesowych),
- **szkoły wyższe i placówki edukacyjne** (obiekty z główną funkcją edukacji, jednak posiadające wiele pomieszczeń, z których co najmniej część wynajmują komercyjnie, jednak o ograniczonej dostępności w czasie),
- **obiekty gastronomiczne** (obiekty wydarzeń typu restauracje oraz inne obiekty usług gastronomicznych, oferujących co najmniej jedno pomieszczenie komercyjnie udostępniane dla spotkań konferencyjnych i wydarzeń biznesowych),
- **centra konferencyjne i wystawiennicze** (typowe obiekty wydarzeń / głownie dla wydarzeń biznesowych budowane, z co najmniej jedną wielka salą i kilkoma mniejszymi dedykowanymi

[24] por.: K. Cieślikowski: *Zarządzanie turystyką biznesową. Wybrane aspekty globalne i lokalne*. AWF Katowice 2015, s. 27-30

wydarzeniom biznesowym oraz spotkaniom konferencyjnym, raczej bez możliwości zakwaterowania w swoich zasobach, w tym obiekty szkoleniowe),

- **inne obiekty wydarzeń** (to obiekty gdzie indziej niezakwalifikowane, które posiadają w swoich zasobach co najmniej jedno pomieszczenie/salę udostępnianą komercyjnie na wydarzenia biznesowe i spotkania konferencyjne).[25]

Specyfika tych obiektów wydarzeń, wynikająca z różnych głównych funkcji tych obiektów, pozwala przypuszczać, iż występuje zróżnicowanie w zakresie zaangażowania ich na rynku wydarzeń biznesowych (m.in. dominujących typów wydarzeń, długości wydarzeń, grup klientów docelowych, itd.), co stanowi także przedmiot analizy w tym Raporcie. Podział obiektów wydarzeń biznesowych na tych 7 rodzajów został przyjęty już w pierwszym badaniu rynku wydarzeń biznesowych (stronie podażowej) i stanowi podstawę do analizy popytu zrealizowanego rynku wydarzeń biznesowych z uwzględnieniem rodzajów obiektów wydarzeń (patrz. pkt. 3.2. w tym opracowaniu).

[25] więcej w: K. Cieślikowski, P. Piotrowski: *Strona podażowa rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim. Obiekty wydarzeń biznesowych. Raport.* Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Centrum Badań i Rozwoju, Katowice 2024, s. 17

2 Metodyka badań

Proces realizacji badań rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim zmierzających do opracowania tego raportu, wymagał zliczenia wydarzeń biznesowych zrealizowanych w tym regionie w 2025 roku, a także liczby uczestników tych wydarzeń.

W trakcie podejmowanych aktywności zastosowano metody: analizy istniejących opracowań podejmujących tematykę popytu zrealizowanego na rynkach wydarzeń w kraju i za granicą, a także syntezy otrzymanych wyników. Podstawową metodą gromadzenia danych była metoda ankietowa z wykorzystaniem kwestionariusza zawierającego pytania zamknięte. Zgromadzone informacje pozwoliły na zmierzenie rynku wydarzeń biznesowych (popytu zrealizowanego) i jego charakterystykę. Kwestionariusz wysyłano pocztą elektroniczną do zaproszonych do badania obiektów wydarzeń biznesowych z całego województwa śląskiego.

W procesie realizacji badań, dokonano rozpoznania aktualnej sytuacji rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim, zrealizowano spotkania bezpośrednie i konsultacje w trakcie umówionych celowo spotkań z menadżerami obiektów wydarzeń, a także na spotkaniach z takimi osobami na konferencjach[26], targach podejmujących tematykę przemysłu wydarzeń zrealizowanych w regionie oraz konsultacjach z ekspertami zagranicznymi[27].

Pozwoliło to na skonstruowanie kwestionariusza ankietowego (zał. 1), który wykorzystano w procesie realizacji badań rynkowych. Sformatowano go z zastosowaniem MS Excel tak, aby można było go wysyłać bezpośrednio do menadżerów obiektów wydarzeń w województwie śląskim, a uzyskane odpowiedzi, charakteryzujące wydarzenia zrealizowane w obiektach wydarzeń, kwalifikować według przyjętych kryteriów do dalszej analizy. Taka technika gromadzenia danych o liczbie wydarzeń (poczta elektroniczna z wykorzystaniem formularza pytań sformatowanego w MS Excel) stosowana jest na rynku wydarzeń biznesowych od wielu lat m.in. przez Poland Convention Bureau przy współpracy z regionalnymi i miejskimi Convention Bureaus w Polsce.

Badania ankietowe do tego raportu realizowane były w dniach od 15 grudnia 2025 r. do 8 maja 2026 r. Przygotowany arkusz pytań wysyłany był pocztą elektroniczną do obiektów wydarzeń biznesowych z bazy adresowej obiektów objętych pierwszym badaniem rynku wydarzeń biznesowych dotyczącym strony podażowej w województwie śląskim[28], powiększonej o dane kontaktowe nowych konsorcjantów Silesia Convention Bureau. Kontakt elektroniczny wspomagany był telefonicznie.

[26] 4 XI 2025 - VI Kongres Hotelarzy & SPA 2025 w Mercure Szczyrk w Szczyrku

[27] 6 XI 2025 - MICE EXPO w Arena Gliwice, m.in. z dr Rob'em Davidson'em (MICE Knowledge)

[28] K. Cieślikowski, P. Piotrowski: *Strona podażowa …* op. cit. s. 121-124

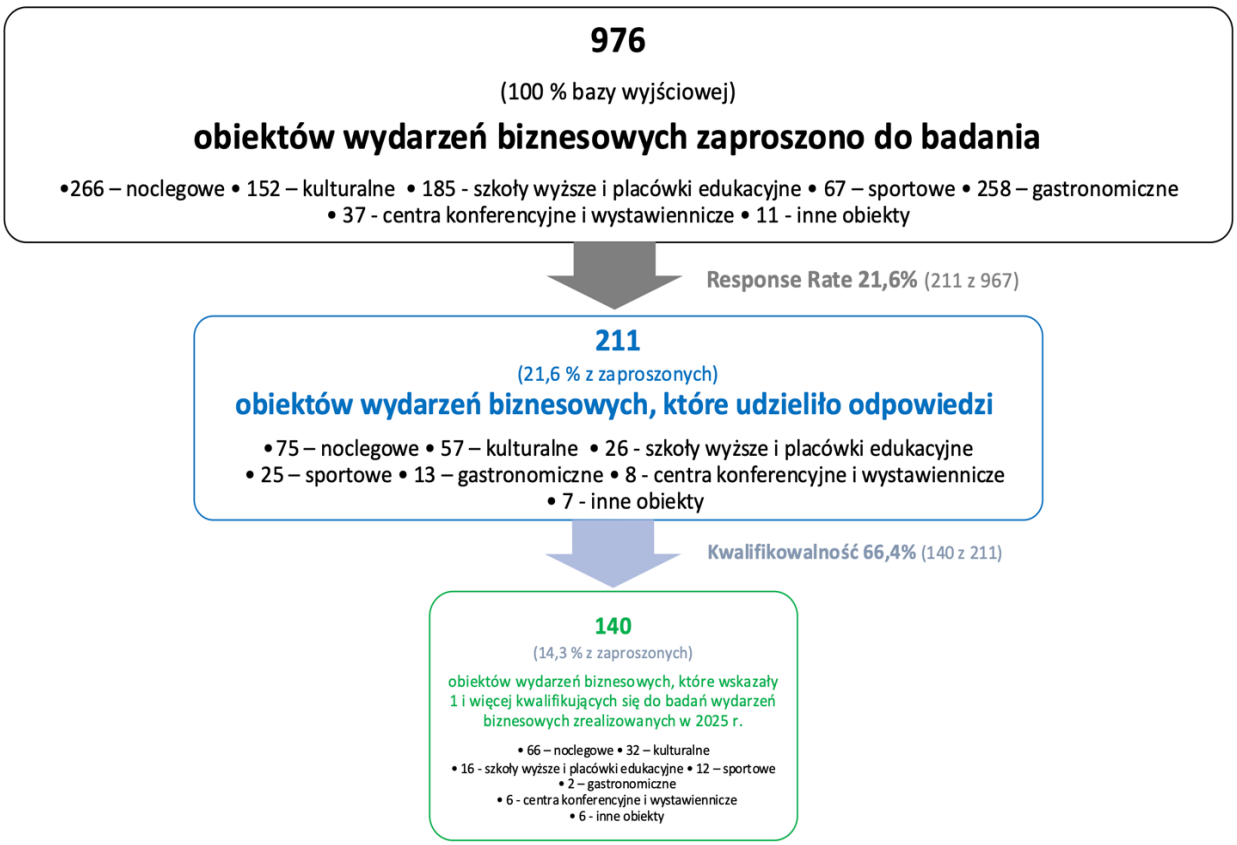
Odbiorca samodzielnie odpowiadał na pytania kwalifikując zrealizowane w swoim obiekcie wydarzenia i odsyłał ankietę w ustalonym czasie.

W ramach realizacji działań związanych z gromadzeniem danych liczbowych koniecznych do opracowania raportu skontaktowano się i zaproszono do badania łącznie **976** różnych obiektów wydarzeń biznesowych (patrz **rys. 1** oraz **tab. 1**) z każdego powiatu województwa śląskiego (zał. 4). Odpowiedzi udzieliło **211** obiektów, w tym **140** obiektów wskazało więcej niż jedno kwalifikujące się do badania wydarzenie (rys. 1).

Tab. 1. Obiekty uczestniczące w badaniu według rodzaju na tle wszystkich obiektów zaproszonych do badania

Response rate		dominująca funkcja obiektu	**Udzieliło odpowiedzi „A"**	Brak odpowiedzi „B"	w tym: odmowa udziału w badaniu	*Obiekty zaproszone do badania* **Razem (A + B)**
28,2%	1.	noclegowe	**75**	191	*(14)*	266
			28,2%	71,8%		100,0%
37,5%	2.	kulturalne	**57**	95	*(0)*	152
			37,5%	62,5%		100,0%
14,1%	3.	szkoły wyższe i placówki edukacyjne	**26**	159	*(2)*	185
			14,1%	85,9%		100,0%
37,3%	4.	sportowe	**25**	42	*(0)*	67
			37,3%	62,7%		100,0%
5,0%	5.	gastronomiczne	**13**	245	*(0)*	258
			5,0%	95,0%		100,0%
21,6%	6.	centra konferencyjne i wystawiennicze	**8**	29	*(2)*	37
			21,6%	78,4%		100,0%
63,6%	7.	inne obiekty	**7**	4	*(0)*	11
			63,6%	36,4%		100,0%
21,6%		**ogółem**	**211**	**765**	*(18)*	**976**
			21,6%	78,4%		100,0%

Źródło: K. Cieślikowski - badania własne



Zidentyfikowano

w obiektach, które udzieliły odpowiedzi

i wskazały co najmniej jedno wydarzenie

13 015	1 253 380
wydarzeń biznesowych	uczestników wydarzeń biznesowych

Rys. 1. Lejek konwersji obiektów wydarzeń biznesowych w procesie realizacji badania rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim.

Źródło: K. Cieślikowski - badania własne

Liczba obiektów zaproszonych do badania była zróżnicowana w poszczególnych rodzajach obiektów (266 obiektów noclegowych; 152 obiekty kulturalne; 185 obiektów w grupie szkoły wyższe i placówki edukacyjne; 67 to były obiekty sportowe; 256 gastronomiczne; 37 centra konferencyjne i wystawiennicze; 11 innych obiektów wydarzeń[29]).

W procesie realizacji badań ankietowych (zaproszenie wysyłane elektronicznie i wspomagane kontaktem telefonicznym) uzyskano odpowiedzi od **211 obiektów wydarzeń**, czyli z stopa odpowiedzi (tzw. response rate) wyniosła 21,6% ogółu zaproszonych obiektów (rys. 1). W grupie 211 obiektów było: 75 obiektów noclegowych; 56 obiektów kulturalnych; 26 obiektów typu szkoły wyższe i placówki edukacyjne; 25 obiektów sportowych; 13 obiektów gastronomicznych; 8 centrów konferencyjnych i wystawienniczych; 7 innych obiektów (patrz tab. 1, rys. 1, zał. 10)

765 obiektów ze wszystkich zaproszonych do badania (czyli tzw. „nonresponse rate" wyniósł 78,4% z 967 obiektów) nie udzieliło żadnej odpowiedzi (rys. 34). Te 765 obiektów wydarzeń biznesowych (oznaczone „brak odpowiedzi" w tab. 1), posiadają jednak pewien potencjał materialny dla realizacji spotkań grupowych w celach biznesowych (co wynika z pierwszych badań rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim - strony podażowej[30]). Brak informacji o popycie zrealizowanym w ich zasobach, na tym etapie prowadzonych badań popytu na rynku wydarzeń biznesowych w regionie (pierwsze badanie popytu zrealizowanego w skali całego województwa) wymaga doszacowania popytu zrealizowanego w ich zasobach, z uwzględnieniem zróżnicowania tych obiektów. W procesie prowadzonych badań, uwzględniając otrzymane informacje z 211 obiektów, w tym z 140 obiektów, które wykazały i opisały kwalifikowane wydarzenia biznesowe w 2025 r., doszacowano popyt zrealizowany (tab. 17 i rys. 34) – metodyka i opis procedury badawczej w części 5. tego raportu.

Warto zauważyć, iż 18 obiektów (z grupy 765 – patrz tab. 1) jednoznacznie odmówiło udziału w badaniu podając różne przyczyny (patrz zał. 11) dotyczące m.in.: przeciążenia operacyjnego i dużego popytu na usługi w ich obiekcie w czasie gromadzenia danych, stosowanej polityka informacyjnej i poufność danych, ograniczeń technologicznych i braku dostępności takich danych, braku dotychczas realizowanych takich analiz. W tej grupie 18 obiektów było: 14 obiektów noclegowych, 2 obiekty typu szkoły wyższe i placówki edukacyjne, 2 obiekty typu centrum konferencyjne i wystawiennicze (tab. 1).

Wśród 211 obiektów wydarzeń, które udzieliły odpowiedzi, 71 obiektów wydarzeń (czyli 33,6%) wskazało, iż w 2025 r. nie zrealizowało żadnego kwalifikującego się do badania wydarzenia biznesowego (tab. 2, kolumna A). Było to: 9 obiektów noclegowych, czyli 12,0% obiektów tego rodzaju

[29] w tym m.in.: budynki biurowe, sale konferencyjne na lotnisku i inne obiekty z pomieszczeniami udostępnianymi komercyjnie na spotkania biznesowe, gdzie indziej niezakwalifikowane.

[30] por.: K. Cieślikowski, P. Piotrowski: Strona podażowa rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim. Obiekty wydarzeń biznesowych. Raport. Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Centrum Badań i Rozwoju, Katowice 2024

(w tym jeden hotel i 8 innych obiektów noclegowych); 25 obiektów kulturalnych (43,9%); 10 szkół wyższych i placówek edukacyjnych (38,5%); 13 obiektów sportowych (52,0% obiektów tego rodzaju); 11 obiektów gastronomicznych (84,6% wszystkich takich obiektów); 2 centra konferencyjne i wystawiennicze (25,0%); 1 inny obiekt (czyli 14,3%). Pozostałe 140 obiektów (czyli 66,4% wszystkich, które udzieliły odpowiedzi) było wystarczająco aktywnych i atrakcyjnych w swojej ofercie dla organizatorów wydarzeń biznesowych, aby zrealizować co najmniej jedno wydarzenie biznesowe (patrz tab. 2, kolumna B).

Tab. 2. Obiekty, które udzieliły odpowiedzi według rodzaju z uwzględnieniem wskazań „0" wydarzeń kwalifikujących się do badań

	dominująca funkcja obiektu	Obiekty wskazujące "0" wydarzeń „A"	obiekty wskazujące 1 i więcej wydarzeń „B"	Udzieliło odpowiedzi **Razem (A + B)**
1.	noclegowe	9	**66**	75
		12,0%	**88,0%**	100,0%
2.	kulturalne	25	**32**	57
		43,9%	**56,1%**	100,0%
3.	szkoły wyższe i placówki edukacyjne	10	**16**	26
		38,5%	**61,5%**	100,0%
4.	sportowe	13	**12**	25
		52,0%	**48,0%**	100,0%
5.	gastronomiczne	11	**2**	13
		84,6%	**15,4%**	100,0%
6.	centra konferencyjne i wystawiennicze	2	**6**	8
		25,0%	**75,0%**	100,0%
7.	inne obiekty	1	**6**	7
		14,3%	**85,7%**	100,0%
	ogółem	**71**	**140***	**211**
		33,6%	**66,4%**	100,0%

**informacje z tych obiektów stanowią podstawę analizy popytu zrealizowanego na rynku wydarzeń biznesowych*

Źródło: K. Cieślikowski - badania własne

W grupie 140 obiektów wydarzeń biznesowych (kolumna B, tab. 2), które wskazały co najmniej jedno kwalifikujące się wydarzenie zrealizowane w 2025 r. (*czyli 14,7% z zaproszonych do badania)* to: 66 obiektów noclegowych (co stanowi 88,0% z obiektów tego rodzaju obiektów); 32 obiektów kulturalnych (56,1%); 16 obiektów typu szkoła wyższa i placówka edukacyjna (61,5%); 12 obiektów sportowych (48,0%); 2 gastronomiczne (tylko 15,4%); 6 centrów konferencyjnych i wystawienniczych (75,0%); 6 innych obiektów (85,7%). **Informacje o wydarzeniach biznesowych z tych 140 obiektów stanowią podstawę charakterystyki i analizy popytu wykazanego na rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim w 2025 r.,** a także doszacowania całkowitej wielkości tego rynku w regionie[31].

Najwięcej odpowiedzi zgromadzono od obiektów noclegowych. Zaproszono do badania 266 obiektów wydarzeń, a odpowiedzi udzieliło 75 obiektów (response rate dla obiektów noclegowych wyniósł 28,2%). Przy czym, wśród 266 zaproszonych obiektów noclegowych znajdowały się 204 skategoryzowane hotele, pozostałe 62 obiekty to były „inne obiekty noclegowe" (zał. 7 i zał. 8).

W grupie 75 obiektów noclegowych, które udzieliły odpowiedzi było 66 hoteli (response rate dla hoteli 32,4%), przy czym 61 hoteli (92,4%) wykazało, iż zrealizowało w 2025 r. co najmniej jedno wydarzenie biznesowe kwalifikujące się do badań, a 5 hoteli (7,6%) wskazało liczbę „0" kwalifikujących się do badań wydarzeń biznesowych.

Natomiast spośród pozostałych 62 „innych obiektów noclegowych" zaproszonych do badania odpowiedzi udzieliło tylko 9 z nich (response rate 14,5%), przy czym tylko w 5 innych obiektach noclegowych zrealizowano w 2025 r. co najmniej jedno wydarzenie biznesowe kwalifikujące się do badań.

Uwzględniając kategoryzację hoteli, warto zauważyć, iż stopa odpowiedzi (response rate), mierzona liczba udzielonych odpowiedzi w stosunku do liczby zaproszonych obiektów wydarzeń, jest zróżnicowana w poszczególnych kategoriach hoteli. Zaproszono 204 skategoryzowane hotele, a odpowiedzi udzieliło 66 z nich, w tym:

- 5 hoteli 5-gwiazdkowych, na 5 zaproszonych do badania *(response rate 100,0%),* każdy z nich z co najmniej jednym wydarzeniem biznesowym kwalifikującym się do badań,
- 25 hoteli 4-gwiazdkowych, na 47 zaproszonych do badania *(response rate 53,2%), %),* każdy z co najmniej jednym wydarzeniem biznesowym kwalifikującym się do badań,

[31] W procesie doszacowania wielkości rynku (liczba obiektów wydarzeń, liczba zrealizowanych w 2025 r. wydarzeń, liczba uczestników tych wydarzeń) dokonano także uszczegółowienia rodzajów obiektów wydarzeń (poza metodykę przyjętą w pierwszym badaniu rynku 2024 r.) i uwzględniono mocniej specyfikę funkcjonowania poszczególnych obiektów, np.: grupę „szkoły wyższe i placówki edukacyjne" poddano osobnej analizie popytu wykazanego, podobnie z grupą „obiekty noclegowe" w których wyodrębniono i przeanalizowano popyt zrealizowany osobno dla hoteli wg kategoryzacji a osobno dla „innych obiektów noclegowych".

- 34 hotele 3-gwiazdkowe na 112 zaproszonych do badania *(response rate 30,4%),* 30 z nich z co najmniej jednym wydarzeniem biznesowym kwalifikującym się do badań,
- 2 hotele 2-gwiazdkowe na 33 zaproszone do badania *(response rate 6,1%),* 1 obiekt z wydarzeniami biznesowymi kwalifikującym się do badań,
- żaden hotel 1-gwiazdkowy nie udzielił odpowiedzi na 7 takich obiektów zaproszonych do badania *(response rate 0,0%).*

Analizując parametr „response rate" (stopa odpowiedzi), zauważyć można, iż wraz ze spadkiem kategoryzacji hoteli zaangażowanie tych obiektów w proces badania popytu na rynku wydarzeń biznesowych jest coraz mniejsze, a analiza popytu zrealizowanego według wskazań uzyskanych odpowiedzi, pokazuje stosunkowo niewielką liczbę wydarzeń i uczestników w obiektach nieskategoryzowanych, a hotele jednogwiazdkowe w ogóle nie udzieliły odpowiedzi (tab. 9).

Podsumowując, w procesie realizacji badań ankietowych uzyskano odpowiedzi łącznie od 211 obiektów wydarzeń biznesowych z 976 zaproszonych do badania, co daje **response rate 21,6%** (przy czym liczba ta jest zróżnicowana dla poszczególnych rodzajów obiektów)[32].

140 obiektów z 211 (czyli 66,7%) wykazało co najmniej jedno kwalifikujące się do badań wydarzenie. Pozostałe 71 (czyli 33,3%) z 211 obiektów, które udzieliły odpowiedzi wskazało, iż nie zrealizowało w swoich zasobach żadnego kwalifikującego się wydarzenia w 2025 r. Dlatego podstawą analizy popytu wykazanego w odpowiedziach i zrealizowanego na rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim w 2025 r. są informacje ze 140 obiektów wydarzeń.

Uwzględniając jednak strukturę zrealizowanych wydarzeń, w obiektach które udzieliły odpowiedzi (stanowiły one 21,6% zaproszonych do badania obiektów, a tym samym całej populacji badawczej wynoszącej 976 obiektów), a także mając na uwadze fakt, iż w procesie prowadzących badań, menadżerowie obiektów podawali także przyczyny nie udzielania informacji (patrz zał. 11. nikt nie wskazywał na „brak wydarzeń" jako głównej przyczyny), można przypuszczać, iż w niektórych pozostałych 765 obiektach, które nie odpowiedziały, także realizowano wydarzenia w 2025 r. Takie założenie i zgromadzone odpowiedzi od pozostałych 211 obiektów, stanowią podstawę do doszacowania popytu na rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim (patrz. tab. 17). Przy czym, dla oszacowania całkowitej wielkości rynku konieczna była dokładna analiza uwzględniająca

[32] Zróżnicowanie stopy zwrotu uzyskanych odpowiedzi (response rate) może także wskazywać na różne znaczenie rynku wydarzeń biznesowych w funkcjonowaniu i rozwoju określonych rodzajów obiektów. Np.: 95% obiektów gastronomicznych zaproszonych do badania (245 z 258) nie udzieliło żadnej odpowiedzi, a tylko 2 obiekty z 11 (czyli 18,2) w odpowiedzi wskazały realizację w swoich zasobach 1 lub więcej wydarzeń kwalifikujących się do Raportu.

zróżnicowanie popytu wykazanego w różnych rodzajach 140 obiektów wydarzeń (13 015 wydarzeń i 1 253 380 uczestników, z uwzględnieniem specyfiki obiektów). Procedura badawcza opisana jest w części 5. tego raportu. Jej wyniki, wraz z przyjętymi w procesie badań założeniami[33] (patrz tab. 17 i rys. 34) pozwoliły na doszacowanie popytu w obiektach, które nie odpowiedziały (a prawdopodobnie zrealizowały wydarzenia w swoich zasobach) i wskazanie łącznie 419 obiektów, w których zrealizowano 32 850 wydarzeń biznesowych w 2025 r., z liczbą 2 489 190 uczestników (zał. 12).

[33] Zakłada się, że obiekty wydarzeń biznesowych, które nie udzieliły odpowiedzi („brak odpowiedzi"), są tak samo aktywne na rynku wydarzeń, jak te, które udzieliły odpowiedzi, i zachowują strukturę wydarzeń zrealizowanych w swoich zasobach (odsetek wskazań „1 i więcej wydarzeń") oraz średnią liczbę wydarzeń i średnią liczbę uczestników w jednym wydarzeniu, jak obiekty, które zrealizowały wydarzenia biznesowe w swoich zasobach. Przy czym obiekty noclegowe, centra konferencyjne oraz „szkoły wyższe i placówki edukacyjne" zostały poddane dokładniejszej analizie, z uwagi na duże zróżnicowanie udziału w rynku wydarzeń (zrealizowanych w nich wydarzeń, liczby uczestników w tych wydarzeniach).

3 Wydarzenia biznesowe w województwie śląskim w świetle uzyskanych odpowiedzi

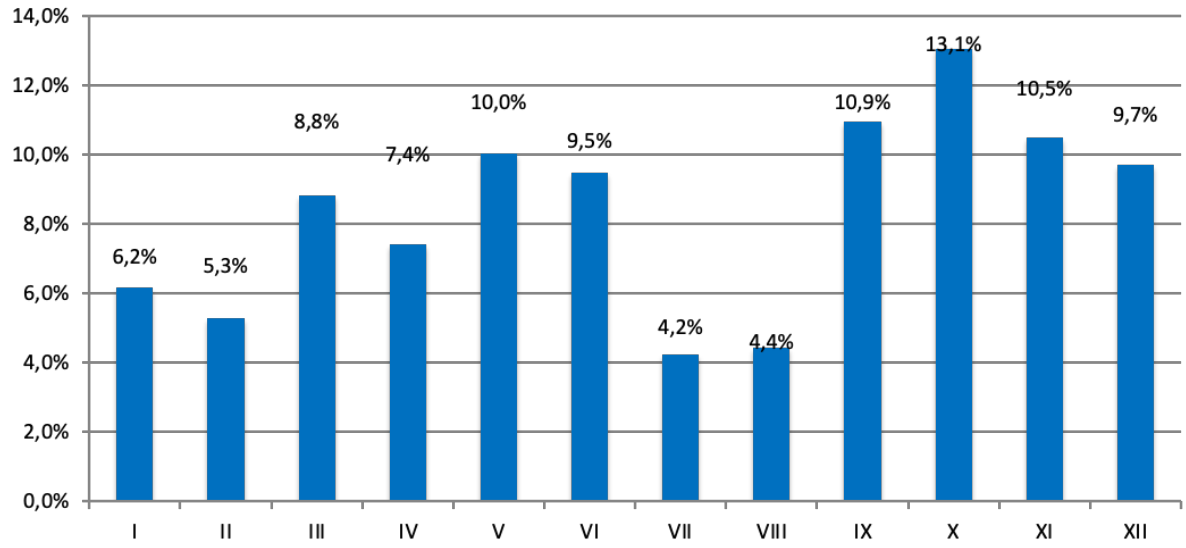
3.1 Charakterystyka ogólna wydarzeń biznesowych w województwie śląskim.

W wyniku prowadzonych badań strony popytowej rynku wydarzeń biznesowych, odpowiedzi uzyskano z 211 obiektów, przy czym **140 z nich wskazało**, iż w 2025 r. zrealizowało w swoich zasobach co najmniej jedno kwalifikujące się wydarzenie i to te informacje stanowią podstawę charakterystyki rynku. Łączna liczba wydarzeń biznesowych zrealizowanych w 2025 r. w badanych obiektach na terenie województwa śląskiego i wskazanych w udzielonych odpowiedziach (tab. 3 i 4) wyniosła **13 015**, a liczba uczestników w tych wydarzeniach to **1 253 380** osób. Średnia liczba uczestników w jednym kwalifikowanym do badań i wykazanym w odpowiedziach wydarzeniu biznesowym wyniosła 96 osób.

Mając na uwadze czas trwania zliczonych wydarzeń (długość mierzona liczbą dni – patrz pyt. 1., zał. 1), zauważyć można, iż 62,9% z nich były to spotkania jednodniowe (tab. 5.), a łączna liczba dni konferencyjnych wszystkich wydarzeń w regionie wyniosła 19 975, co daje średnią na jedno wydarzenie 1,53 dnia (tab. 4).

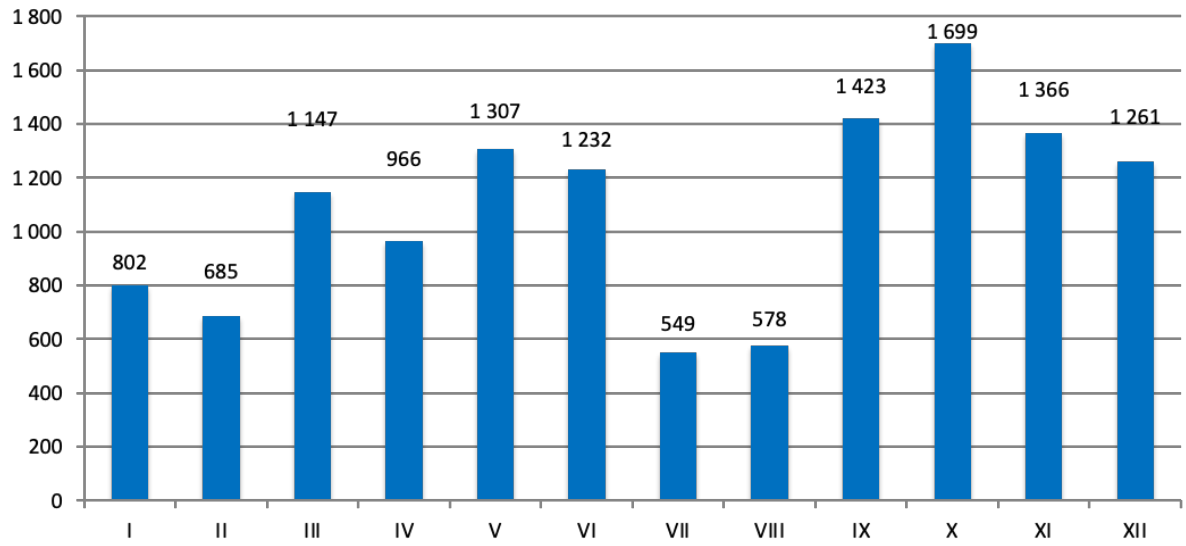
Analiza sezonowości popytu na rynku wydarzeń w województwie śląskim z uwzględnieniem liczby wydarzeń (rys. 2, rys. 3), pozwala zauważyć, iż w 2025 r. najwięcej wydarzeń zrealizowano we wrześniu – 1 423 (10,9%) i październiku – 1 699 wydarzeń (13,1%). W te dwa miesiące zrealizowano łącznie 24,0% wydarzeń z całego roku. Najmniejszy popyt odnotowano w okresie wakacji letnich, w lipcu (549 wydarzenia, czyli 4,2%) i w sierpniu (578 wydarzeń, czyli 4,4%).

Analiza sezonowości popytu na rynku wydarzeń w województwie śląskim z uwzględnieniem liczby uczestników (rys. 4, rys. 5), wskazuje, iż najwięcej uczestników odnotowano w listopadzie – 185 484 (14,8%) i w grudniu – 153 578 (12,3%). Takie przesunięcie struktury popytu na rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim, mierzonego liczbą wydarzeń, względem popytu mierzonego liczbą uczestników, może być spowodowane zwiększeniem zaangażowania pracowników w spotkania firmowe podsumowujące rok działalności gospodarczej, a także realizacją kilkunastu wielkich imprez kongresowych w regionie w listopadzie i grudniu 2025 r. Razem, w te dwa miesiące, odnotowano 27,2% liczby uczestników z całego roku. Natomiast najmniej uczestników odnotowano w lipcu (2,0%) i sierpniu (3,2%).



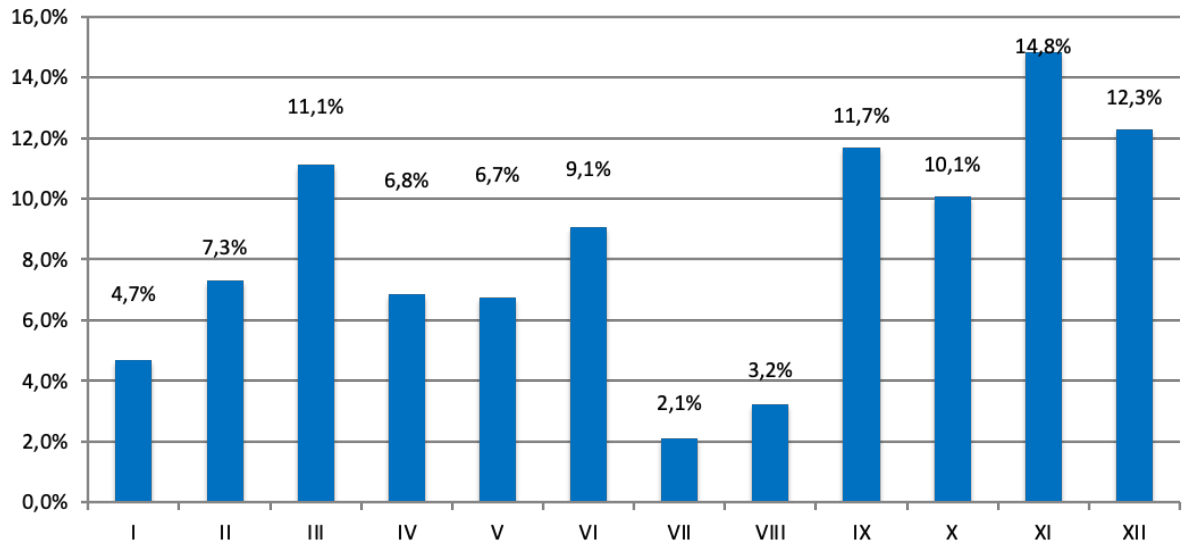
Rys. 2. Rozkład wydarzeń biznesowych w województwie śląskim według miesięcy.

Źródło: K. Cieślikowski - badania własne



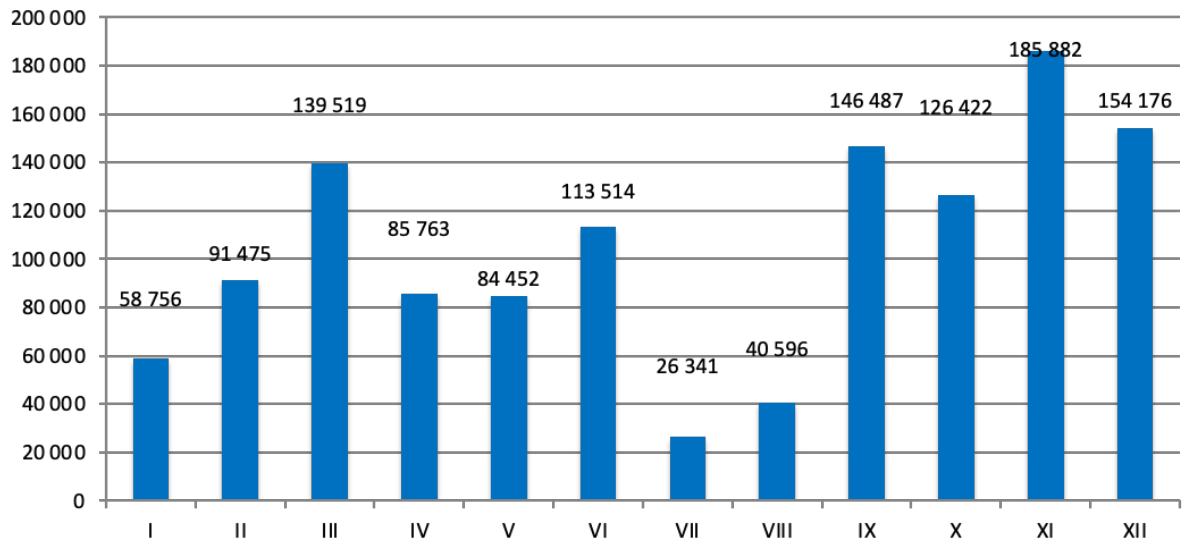
Rys. 3. Liczba wydarzeń biznesowych w województwie śląskim według miesięcy.

Źródło: K. Cieślikowski - badania własne



Rys. 4. Rozkład uczestników wydarzeń biznesowych w województwie śląskim według miesięcy.

Źródło: K. Cieślikowski - badania własne



Rys. 5. Liczba uczestników wydarzeń biznesowych w woj. śląskim według miesięcy.

Źródło: K. Cieślikowski - badania własne

W województwie śląskim dominują wydarzenia trwające 1 dzień (tzw. „jednodniowe"). Ich udział w ogólnej liczbie wydarzeń wyniósł w 2025 r. 62,9% (tab. 3.). Wydarzenia trwające 4 dni i dłużej to tylko 4,0% ogółu wydarzeń biznesowych kwalifikowanych do badań.

Tab. 3: Wydarzenia biznesowe w województwie śląskim w 2025 r. z uwzględnieniem wybranych kryteriów podziału we wszystkich rodzajach obiektów ogółem

Kryterium podziału	zmienne różnicujące				
czas trwania	**1 dzień**	**2 dni**	**3 dni**	**4 i dłużej**	**Razem***
liczba wydarzeń	8 186	3 214	1 099	516	**13 015**
%	62,9%	24,7%	8,4%	4,0%	100,0%
rodzaj wydarzenia	**Meetings**	**Incentives**	**Conventions**	**Exhibitions**	
liczba wydarzeń	3 146	2 974	5 232	288	11 640
%	27,0%	25,5%	44,9%	2,5%	100,0%
"nowości" wydarzenia	**pierwszy raz**	**powracające**			
liczba wydarzeń	5 738	5 687			11 425
%	50,2%	49,8%			100,0%
udział pośredników	**bezpośrednio**	**pośrednio**			
liczba wydarzeń	10 099	1 277			11 376
%	88,8%	11,2%			100,0%
częstotliwość	**jednorazowe**	**cykliczne**			
liczba wydarzeń	7 299	3 360			10 659
%	68,5%	31,5%			100,0%
główny organizator	**instytucja publiczna**	**org. społeczna i inne non-profit**	**firma/ korporacja**		
liczba wydarzeń	1 651	1 008	7 625		10 284
%	16,1%	9,8%	74,1%		100,0%
siedziby zleceniodawcy	**z województwa śląskiego**	**z innych woj. w Polsce**	**z zagranicy**		
liczba wydarzeń	5 061	3 651	267		8 979
%	56,4%	40,7%	3,0%		100,0%
wielkość wydarzeń	**Małe** (10-49 os)	**Średnie** (50-299 os)	**Duże** (300 - 999 os)	**Wielkie** (1000 os. i więcej)	
liczba wydarzeń	7 114	3 356	383	126	10 979
%	64,8%	30,6%	3,5%	1,1%	100,0%
pochodzenie uczestników	**z woj. śląskiego**	**inne w Polsce**	**zagranica**		
liczba wydarzeń	2 588	3 163	371		6 122
%	42,3%	51,7%	6,1%		100,0%

* liczba „razem" nie jest taka sama w poszczególnych kryteriach podziału wydarzeń biznesowych, gdyż nie wszystkie wydarzenia były wskazywane i rozpisywane przez respondentów w poszczególnych kryteriach podziału wydarzeń

Źródło: K. Cieślikowski - badania własne

Uwzględniając rodzaj wydarzenia, zauważyć należy, iż dominują spotkania konferencyjne („conventions"), których odnotowano w 2025 r. na terenie województwa śląskiego 5 232 (czyli stanowiły 44,9%). Kolejne miejsca zajmują spotkania biznesowe („Meetings" – 27,0%) oraz wydarzenia motywacyjne („Incentives" – 25,5%). Najmniej było targów i wystaw („exhibitions") – 288 wydarzeń, czyli 2,5% z ogółu wydarzeń biznesowych. Przy czym analiza rynku wydarzeń w województwie śląskim z uwzględnieniem subregionów wskazuje na południu województwa dominują wydarzenia motywacyjne (patrz zał. 6).

Analiza struktury rynku wydarzeń z uwzględnieniem „nowości" wydarzenia dla obiektu konferencyjnego, pozwala zauważyć, iż udział wydarzeń „powracających" (realizowanych ponownie w tym samym obiekcie) jest niemal taki sam (49,8%), jak tych co były realizowane pierwszy raz (50,2%). Oznacza to, że rynek wydarzeń biznesowych w województwie rozwija się dwutorowo – z jednej strony przyciąga nowych organizatorów, z drugiej utrzymuje wysoki poziom lojalności organizatorów cyklicznych wydarzeń. Jest to korzystna sytuacja z punktu widzenia stabilności rynku i potwierdza atrakcyjność województwa śląskiego jako miejsca organizacji wydarzeń biznesowych.

Zdecydowana większość wydarzeń jest realizowana w województwie śląskim w bezpośrednim kontakcie między głównym zleceniodawcą / organizatorem a obiektem wydarzeń (88,8%), a tylko 11,2% z udziałem pośredników. Wynik ten wskazuje, że rynek opiera się przede wszystkim na bezpośrednich relacjach pomiędzy organizatorami wydarzeń, a menadżerami obiektów wydarzeń.

68,5% wszystkich wydarzeń w obiektach spotkań biznesowych na terenie województwa śląskiego są to „wydarzenia jednorazowe", a niemal co trzecie (31,5%) to „wydarzenia cykliczne". Oznacza to, że mimo dużej liczby nowych wydarzeń województwo posiada również stabilną grupę imprez organizowanych regularnie, co zwiększa przewidywalność popytu dla obiektów wydarzeń.

Dominująca grupa głównych organizatorów to „firmy/korporacje". Ich udział w rynku wszystkich odnotowanych wydarzeń wynosi 74,1%. Organizacje non-profit odpowiadają za 9,8% wydarzeń w województwie śląskim, a administracja publiczna/ instytucje publiczne za 16,1%. Struktura ta jednoznacznie wskazuje, że popyt na rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim generowany jest przede wszystkim przez sektor prywatny. Potrzeby przedsiębiorstw prawdopodobnie są związane ze szkoleniami pracowników, promocjami produktów, a także ze spotkaniami z partnerami biznesowymi (dostawcami, odbiorcami i innymi kooperantami przedsiębiorstw).

56,4% wszystkich wydarzeń realizują w województwie śląskim organizatorzy/zleceniodawcy, którzy tutaj też mają swoje siedziby. 3,0% wydarzeń zlecanych jest przez organizatorów z siedzibą zagranicą, pozostałe 40,7% wydarzeń zleconych było z innych województw w Polsce niż śląskie. Taka struktura pokazuje na duży popyt wewnętrzny i dużą atrakcyjność województwa śląskiego dla

zleceniodawców z Polski. Natomiast mały udział organizatorów zagranicznych oznacza ciągle duży potencjał rozwoju województwa śląskiego jako atrakcyjnej destynacji turystyki biznesowej na rynku międzynarodowym.

Rynek województwa śląskiego jest zdominowany przez wydarzenia małe wydarzenia (10 – 49 osób na jednym spotkaniu). Ich udział w rynku wydarzeń ogółem wyniósł 64,8%. Natomiast średnie (50–299 uczestników) odpowiadają za 30,6% rynku (mierzonego liczbą wydarzeń). Oznacza to, że ponad 95% wydarzeń biznesowych nie przekracza 300 uczestników. Duże wydarzenia (300–999 uczestników) to 3,5% wszystkich wydarzeń, natomiast wydarzenia liczące ponad 1000 uczestników stanowią tylko 1,1% z wszystkich odnotowanych w 2025 r.

Analiza pochodzenia uczestników wskazuje, że rynek wydarzeń biznesowych województwa śląskiego posiada przede wszystkim charakter krajowy (ogólnopolski). W 42,3% wydarzeniach zrealizowanych w województwie śląskim uczestnicy byli tylko z województwa śląskiego, a w 51,7% wydarzeniach odnotowano uczestników także z pozostałej części Polski, a tylko w 6,1% imprez pojawili się uczestnicy także z zagranicy. Wynik taki potwierdza silną pozycję województwa jako krajowego centrum organizacji wydarzeń biznesowych, przy jednoczesnym stosunkowo niewielkim umiędzynarodowieniu rynku.

Rynek wydarzeń biznesowych w województwie śląskim można także analizować w ujęciu przestrzennym odnosząc się do liczby wydarzeń, uczestników, a także do struktury rodzajowej wydarzeń. Województwo śląskie w dokumentach strategicznych dzieli się na cztery podstawowe subregiony[34]: „**północny”** (obejmujący tereny powiatów częstochowskiego, kłobuckiego, myszkowskiego oraz m. Częstochowa); „**centralny”** (obejmujący tereny powiatów będzińskiego, bieruńsko-lędzińskiego, gliwickiego, lublinieckiego, mikołowskiego, pszczyńskiego, tarnogórskiego, zawierciańskiego, m. Bytom, m. Chorzów, m. Dąbrowa Górnicza, m. Gliwice, m. Jaworzno, m. Katowice, m. Mysłowice, m. Piekary Śląskie, m. Ruda Śląska, m. Siemianowice Śląskie, m. Sosnowiec, m. Świętochłowice, m. Tychy oraz m. Zabrze); „**południowy**” (obejmujący tereny powiatów bielskiego, cieszyńskiego, żywieckiego oraz m. Bielsko-Biała); „**zachodni**” (obejmujący tereny powiatów raciborskiego, rybnickiego, wodzisławskiego oraz m. Jastrzębie-Zdrój, m. Rybnik, m. Żory). Każdy z tych subregionów ma swoją specyfikę wynikającą m.in. z lokalizacji, specjalizacji przemysłowej, uwarunkowań historyczno-kulturowych, posiadanego potencjału produkcyjnego, a także potencjału turystycznego. Taki podział województwa śląskiego na subregiony uwzględnia granice administracyjne

[34] por. Strategia rozwoju województwa śląskiego „Śląskie 2030”. Urząd Marszałkowski Województwa Śląskiego, Katowice, 2020, s. 97

powiatów, które posiadają zróżnicowany potencjał materialny (np. liczbę obiektów wydarzeń biznesowych) dla organizacji wydarzeń, zidentyfikowany w pierwszym badaniu rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim dotyczącym strony podażowej tego rynku. Najwięcej obiektów wydarzeń znajduje się w **subregionie centralnym (584** z 976 obiektów, czyli 59,84% z ogółu w województwie śląskim), następnie **południowym (215** obiektów wydarzeń, czyli 22,03%), **zachodnim (90 obiektów** wydarzeń, czyli 9,22%) oraz **północnym (87 obiektów wydarzeń**, czyli 8,91%). Ponadto zauważyć można także, iż wskaźnik odpowiedzi (response rate) w regionach z mniejszym potencjałem był mniejszy niż w pozostałych (patrz zał. 4 i zał. 5), co także miało wpływ na wynik końcowy rozkładu terytorialnego wykazanej liczby wydarzeń i uczestników w województwie śląskim (tab. 4 oraz zał. 3).

Analiza popytu zrealizowanego na rynku wydarzeń z wykazanego przez 140 obiektów, z uwzględnieniem ich lokalizacji w subregionach województwa śląskiego pozwala zauważyć, iż najwięcej wydarzeń (8 513, czyli 65,41 % z ogólnej liczby w woj. śląskim) zrealizowano w subregionie centralnym (tab. 4).

Tab. 4. Rozkład liczby wydarzeń biznesowych i uczestników z uwzględnieniem subregionów województwa śląskiego

subregion	liczba ob. wskazujących 1 i więcej	Udział w %		liczba wydarzeń w tych ob.	Udział w %		liczba uczestników	Udział w %		liczba dni konf.	Udział w %
północny	6	4,29%		356	2,74%		13 156	1,05%		418	2,09%
centralny	94	67,14%		8 513	65,41%		1 024 444	81,73%		12 347	61,81%
zachodni	4	2,86%		186	1,43%		6 058	0,48%		196	0,98%
południowy	36	25,71%		3 960	30,43%		209 722	16,73%		7 014	35,11%
razem	**140**	**100,00%**		**13 015**	**100,00%**		**1 253 380**	**100,00%**		**19 975**	**100,00%**

Źródło: Cieślikowski - badania własne

Udział subregionu centralnego w popycie zrealizowanym na rynku turystyki biznesowej w województwie śląskim jest jeszcze większy po uwzględnieniu liczby uczestników tych wydarzeń (w 2025 r. było to 1 024 444 osoby, czyli 81,73%).

Uwzględniając rodzaj wydarzeń (meetings, incentives, conventions, exhibitions) zrealizowanych w poszczególnych subregionach (zał. 6) zauważyć można, iż w trzech subregionach (północnym, centralnym i zachodnim) dominują głownie wydarzenia typu „conventions". Ich udział w ogólnej liczbie wydarzeń w każdym z tych subregionów osiągnął ok. 50%. **Natomiast w subregionie południowym dominującą formą wydarzeń biznesowych są wydarzenia typu „incentives".** Stanowią

one 39,7% ogółu wydarzeń w tym subregionie. Ponadto subregion południowy odpowiada za 49,3 % wszystkich wydarzenia typu „incetives" w województwie śląskim.

W **subregionie centralnym** zrealizowano: 62,9% wszystkich spotkań typu „meetings", 49,3% wydarzeń motywacyjnych (incentives), 71,6% konferencji i kongresów (conventions), 73,6% targów i wystaw (exhibitions). Tak wysoka koncentracja różnych wydarzeń biznesowych w tym subregionie wynika ona przede wszystkim z największej koncentracji infrastruktury konferencyjnej, hoteli wyższych kategorii, nowoczesnych centrów kongresowych oraz siedzib przedsiębiorstw i instytucji publicznych. Szczególnie wysoki udział konferencji i targów potwierdza, że subregion centralny pełni funkcję metropolitalnego centrum organizacji wydarzeń o znaczeniu ogólnopolskim i międzynarodowym. W strukturze wewnętrznej subregionu centralnego dominują konferencje i kongresy (50,6%), natomiast spotkania biznesowe stanowią 26,7%, wydarzenia motywacyjne 19,8%, a targi 2,9%. Oznacza to, że działalność rynku MICE koncentruje się w tym subregionie przede wszystkim na wydarzeniach o charakterze merytorycznym i profesjonalnym.

Drugim najaktywniejszym obszarem jest **subregion południowy**, który odpowiada za 30,4% wszystkich wydarzeń biznesowych (3 960 wydarzenia – tab. 4). W strukturze wydarzeń organizowanych w subregionie południowym (zał. 6) największy udział mają: wydarzenia motywacyjne (incentives) - 39,7%, konferencje i kongresy (conventions) - 32,8%, spotkania biznesowe (meetings) – 25,4%, targi (exhibitions) – 2,0%. Tak wysoki udział **segmentu incentives** należy wiązać z walorami turystycznymi Beskidów oraz rozwiniętą bazą hotelową i rekreacyjną miejscowości takich jak Szczyrk, Wisła, Ustroń czy Bielsko-Biała. Region ten specjalizuje się zatem w wydarzeniach łączących cele biznesowe z wypoczynkiem, integracją oraz aktywnością rekreacyjną.

Subregion północny odpowiada jedynie za 2,74 % rynku wydarzeń biznesowych (tab. 4). Struktura zrealizowanych wydarzeń biznesowych (zał. 6) wskazuje, iż połowę z nich stanowiły konferencje i kongresy (49,7%), a 46,1% spotkania biznesowe. Natomiast wydarzenia motywacyjne, których organizatorzy wykorzystują atrakcje czasu wolnego w okolicy obiektów, stanowią prawdopodobnie ofertę uzupełniającą.

Najmniejszym rynkiem wydarzeń biznesowych pozostaje **subregion zachodni** (1,43% rynku województwa – patrz tab. 4). Nie odnotowano tam żadnych targów i wystaw, natomiast struktura wydarzeń jest zbliżona do pozostałych subregionów i opiera się głównie na konferencjach (50,5%) oraz spotkaniach biznesowych (34,4%). Tak niski udział może wynikać z ograniczonej liczby dużych obiektów konferencyjnych oraz mniejszego potencjału gospodarczego w porównaniu z centralną częścią województwa.

Dysponując informacjami o popycie zrealizowanym (**w 140 obiektach wydarzeń biznesowych**) na poziomie takich zmiennych jak: liczby wydarzeń, liczby uczestników i dni konferencyjnych, można dokonać obliczeń średnich wartości dla wybranych parametrów rynku (tab. 5) dla poszczególnych subregionów.

Tab. 5. Średnie wartości wybranych parametrów opisujących rynek wydarzeń biznesowych w województwie śląskim z uwzględnieniem subregionów

subregion	Średnia liczba wydarzeń w jednym obiekcie w ciągu roku	średnia liczba uczestników w jednym wydarzeniu	średnia liczba uczestników wszystkich wydarzeń w jednym obiekcie w ciągu roku	średni czas trwania jednego wydarzenia (w dniach)
północny	59	37	2 193	1,17
centralny	91	**120**	**10 898**	1,45
zachodni	**47**	**33**	**1 515**	**1,05**
południowy	**110**	53	5 826	**1,77**
województwo śląskie ogółem	**93**	**96**	**8 953**	**1,53**

Źródło: Cieślikowski - badania własne

Największe wydarzenia (średnia liczba uczestników 120 w jednym wydarzeniu) realizowane są w **subregionie centralnym** województwa śląskiego, w którym to także odnotowywane jest najwięcej uczestników odwiedzających jeden obiekt w ciągu roku (średnio 10 898 osób). Taka silna pozycja subregionu centralnego wynika z posiadania największego potencjału konferencyjnego w województwie śląskim, w tym z lokalizacji największych obiektów wydarzeń w regionie.

Natomiast **największą średnią liczbę wydarzeń biznesowych** w jednym obiekcie odnotowały w 2025 r. obiekty w **subregionie południowym** (średnio 110 wydarzeń biznesowych w ciągu roku w jednym obiekcie), gdzie znajdują się największe hotele konferencyjne w województwie śląskim. W tym subregionie są też **dłuższe niż w pozostałych subregionach** wydarzenia (jedno wydarzenie biznesowe trwało średnio 1,77 dnia) co może wynikać z pewnego oddalenia regionu od wielkich ośrodków miejskich, szerokiego zaplecza noclegowego, jak i dużych możliwości rekreacji.

W **subregionie zachodnim** realizowane są najmniejsze wydarzenia (średnia liczba uczestników w jednym wydarzeniu to 33 osoby) i najkrótsze (średni czas trwania jednego wydarzenia to 1,05 dnia).

Analiza popytu zrealizowanego na rynku wydarzeń biznesowych z uwzględnieniem rodzaju obiektu (tab. 6.) pozwala zauważyć, iż najbardziej aktywne na rynku wydarzeń biznesowych były obiekty noclegowe (w tym szczególnie hotele – patrz zał. 7 i zał. 8). W obiektach noclegowych odnotowano najwięcej kwalifikujących się wydarzeń biznesowych (10 138 wydarzeń, czyli **77,98%** ze

wszystkich 13 015)[35]. Na kolejnym miejscu znalazły się obiekty kultury, gdzie odnotowano 1 317 wydarzeń, czyli 10,12%; a najmniejszy udział w rynku wydarzeń (mierzony liczbą wydarzeń biznesowych) mają objęty gastronomiczne (0,14%), a także sportowe (2,04%), czy też placówki edukacyjne (2,11%).

Liczba wydarzeń biznesowych w obiektach typu centra konferencyjne i wystawiennicze stanowi tylko 4,03% ogólnej liczby odnotowanych wydarzeń tego typu w 2025 r. w województwie śląskim, jednak ich udział w rynku, mierzony liczbą uczestników, jest największy i wynosi 53,27% (442 121 uczestników z 1 253 380 we wszystkich obiektach). Przy czym większość wydarzeń i ich uczestników w obiektach „centra konferencyjne i wystawiennicze" odnotowanych zostało w Międzynarodowym Centrum Kongresowym w Katowicach, co zostało uwzględnione w procesie oszacowywania rynku wydarzeń.

Tab. 6. Rozkład liczby wydarzeń biznesowych i uczestników z uwzględnieniem rodzajów obiektów

Rodzaj obiektu	liczba ob. wskazujących 1 i więcej	Udział w %		liczba wydarzeń w tych ob.	Udział w %		liczba uczestników	Udział w %		liczba dni konf.	Udział w %
noclegowe	**66**	**47,14%**		**10 138**	**77,89%**		**413 981**	**33,03%**		**16 003**	**80,12%**
kulturalne	32	22,86%		1 317	10,12%		182 709	14,58%		1 528	7,65%
szkoły wyższe i plac. edukacyjne	16	11,43%		274	2,11%		32 389	2,58%		399	2,00%
sportowe	12	8,57%		266	2,04%		137 708	10,99%		330	1,65%
gastronomiczne	**2**	**1,43%**		**18**	**0,14%**		**600**	**0,05%**		**29**	**0,15%**
centa konfer. i wystaw.	6	4,29%		524	4,03%		**442 121**	**35,27%**		1 073	5,37%
Inne obiekty	6	4,29%		478	3,67%		43 872	3,50%		613	3,07%
razem	**140**	**100,00%**		**13 015**	**100,00%**		1 253 380	100,00%		19 975	100,00%

Źródło: Cieślikowski - badania własne

Najmniejszy udział w ogólnej liczbie uczestników (0,05%) oraz dni konferencyjnych (0,15%) miały obiekty gastronomiczne.

Analizując wartości średnie parametrów opisujących rynek wydarzeń biznesowych z uwzględnieniem rodzajów obiektów (tab. 6.), zauważyć można, iż największe wydarzenia (średnia liczba uczestników 844 w jednym wydarzeniu) realizowane są w centrach konferencyjnych

[35] W grupie obiektów noclegowych dominowały hotele, które stanowiły 92,4% wszystkich obiektów noclegowych deklarujących 1 i więcej kwalifikujących się do badań wydarzeń biznesowych zrealizowanych w 2025 r., w hotelach odnotowano 98,8% liczby wszystkich wydarzeń w obiektach noclegowych oraz 98,9% uczestników wydarzeń w obiektach noclegowych (patrz tab. 9),

i wystawienniczych, w których także odnotowywano największą średnią liczbę uczestników wydarzeń w jednym tego rodzaju obiekcie w ciągu roku (73 687 osób). W tych obiektach spotkania biznesowe są też najdłuższe (średnio jedno wydarzenie trwa 2,05, podczas gdy np. w obiektach kulturalnych jest to 1,16 dnia.

Obiekty noclegowe są najbardziej aktywne na rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim. W 2025 r. w jednym tego rodzaju obiekcie zrealizowano średnio 154 wydarzenia. Najmniejszą wartość odnotowano w obiektach gastronomicznych – średnio w 9 w jednym obiekcie.

Tab. 7. Średnie wartości wybranych parametrów opisujących rynek wydarzeń biznesowych w województwie śląskim z uwzględnieniem rodzajów obiektów

Rodzaj obiektu	Średnia liczba wydarzeń w obiekcie	średnia liczba uczestników w jednym wydarzeniu	średnia liczba uczestników wszystkich wydarzeń w jednym obiekcie w ciągu roku	średni czas trwania jednego wydarzenia (w dniach)
noclegowe	**154**	41	6 272	1,58
kulturalne	41	139	5 710	**1,16**
szkoły wyższe i plac. edukacyjne	17	118	2 024	1,46
sportowe	22	518	11 476	1,24
gastronomiczne	9	33	300	1,61
centa konfer. i wystaw.	87	**844**	**73 687**	**2,05**
Inne obiekty	80	92	7 312	1,28
Obiekty ogółem	**93**	**96**	**8 953**	**1,53**

Źródło: Cieślikowski - badania własne

Obiekty gastronomiczne realizują też najmniejsze wydarzenia (średnia 33 uczestników w jednym spotkaniu), a średnia liczba uczestników wszystkich wydarzeń w jednym obiekcie w ciągu roku wyniosła 300 osób (tab. 7).

Analiza rynku wydarzeń biznesowych z uwzględnieniem rodzaju obiektu wydarzeń, podejmowana zarówno w wartościach bezwzględnych analizowanych zmiennych, jak i wybranych parametrów wartości średnich, pozwala zauważyć to, iż główna funkcja obiektu wpływa na wydarzenia realizowane w tych obiektach.

Obiekty noclegowe (głownie hotele – patrz zał. 7 i zał. 8) są bardzo aktywne na rynku wydarzeń biznesowych na tle innych obiektów wydarzeń. Posiadają zaplecze konferencyjne oraz organizacyjne (często wyodrębnione działy/osoby dla organizacji i obsługi wydarzeń).

Obiekty kulturalne realizują średnio w ciągu roku zdecydowanie mniej wydarzeń w swoich zasobach niż obiekty noclegowe. Jednak średnia liczba uczestników w jednym wydarzeniu (139 osób) pozwala zauważyć, że obiekty kulturalne stają się ważnymi podmiotami tego rynku. Jednak specyfika kalendarza innych wydarzeń realizowanych w swoich zasobach, a także często wyjątkowość miejsca (np. teatr, kino, muzeum) ogranicza możliwości realizacji długich spotkań biznesowych. Średni czas trwania jednego wydarzenia w tych obiektach jest najkrótszy i wynosił 1,16 dnia w 2025 r.

Szkoły wyższe i placówki edukacyjne są stosunkowo mało aktywne na rynku wydarzeń biznesowych (średnio w ciągu roku 17 spotkań tego typu w jednym obiekcie). Czas przeznaczony dla zleceniodawców wydarzeń biznesowych i konferencyjnych jest ograniczony kalendarzem akademickich obowiązków i zajęciami dydaktycznymi prowadzonymi w tych samych pomieszczeniach. Należy zauważyć, iż w procesie realizacji badań, tylko i wyłącznie obiekty akademickie wykazały liczby wydarzeń 1 i więcej zrealizowanych w 2025 r. (patrz tab. 17 i zał. 12).

Obiekty sportowe (szczególnie te oddane do użytku po 2010 r.) posiadają zaplecze konferencyjne, które coraz czyściej jest komercjalizowane i oferowane jako przestrzeń na spotkania konferencyjne i wydarzenia biznesowe. Jednak koncentracja na głównych funkcjach obiektu (sport i rekreacja) sprawia, że średnia liczba wydarzeń w jednym obiekcie sportowym wyniosła w 2025 r. tylko 22 spotkania. Przy czym średnia liczba uczestników w jednym wydarzeniu przekroczyła 500 osób. Czyli obiekty te dysponują wielkimi przestrzeniami dla organizatorów zainteresowanych wielkimi wydarzeniami biznesowymi.

Obiekty gastronomiczne, rzadko podejmują się realizacji wydarzeń biznesowych. Średnio w 2025 roku było to 9 wydarzeń w ciągu 12 miesięcy. Były to raczej małe spotkania, w których uczestniczyło średnio 33 osoby.

Obiekty konferencyjne i wystawiennicze mają mniejszy udział w rynku wydarzeń niż noclegowe, co wynika z mniejszej liczby tego typu obiektów w regionie, jednak posiadana infrastruktura materialna dla realizacji spotkań, przyczynia się do lokowania w tych obiektach (częściej niż w innych obiektach) dużych i wielkich wydarzeń biznesowych. Sześć obiektów typu „centra konferencyjne i wystawiennicze" (w tym szkoleniowe) zrealizowało w 2025 r. łącznie 524 wydarzenia, co dało średnią 87 w jednym obiekcie (przy czym 151 wydarzeń biznesowych odnotowano w Międzynarodowym Centrum Kongresowym w Katowicach). Obiekty konferencyjne i wystawiennicze odnotowały największą średnią liczbę osób w jednym wydarzeniu (844 uczestników), a łączna średnia liczba uczestników wszystkich wydarzeń w jednym obiekcie tego rodzaju w ciągu roku wyniosła 73 687 osoby. Powierzchnia i infrastruktura dedykowana realizacji wydarzeń biznesowych sprzyja organizacji

dłuższych imprez, co pokazała średnia liczba dni konferencyjnych w tych obiektach i wyniosła 2,05 dnia w 2025 r.

Pozostałe obiekty zakwalifikowane do grupy „**inne obiekty**”[36] mają bardzo mały udział w rynku wydarzeń biznesowych (w ogólnej liczbie wydarzeń wyniósł 3,67%, a liczba uczestników to 3,50% z wszystkich osób) jednak osiągnęły one wartości średnie nieco mniejsze od średnich w obiektach wydarzeń biznesowych ogółem (tab. 6) – np. średnia liczba wydarzeń w jednym obiekcie wyniosła 80 w ciągu całego 2025 r., podczas gdy w obiektach ogółem była to średnia liczba 93 wydarzenia. A średnia liczba uczestników wszystkich wydarzeń w jednym obiekcie rodzaju „inny obiekt” w ciągu roku wyniosła 7 312 osób, czyli była większa niż w obiektach gastronomicznych, edukacyjnych, kulturalnych, czy też noclegowych (gdzie odnotowano średnią 6 272 uczestników w ciągu roku w jednym obiekcie). Analiza zróżnicowania wartości średnich parametrów rynku wydarzeń biznesowych z uwzględnieniem rodzaju obiektu także skłania do odrębnej charakterystyki wydarzeń zrealizowanych tych obiektach.

[36] obiekty wydarzeń gdzie indziej niezakwalifikowane, w tym m.in.: budynki biurowe, lotniska i inne z pomieszczeniami udostępnianymi komercyjnie na spotkania biznesowe

3.2 Charakterystyka wydarzeń biznesowych według rodzaju obiektu.

3.2.1 Wydarzenia biznesowe w obiektach noclegowych.

W procesie prowadzonych badań strony popytowej rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim w 2025 r. zaproszono do badania **266 obiektów noclegowych** (w tym 204 skategoryzowane hotele i 62 inne obiekty noclegowe). Uzyskano odpowiedzi z **75 obiektów noclegowych (**czyli 28,2% z zaproszonych tego rodzaju obiektów), przy czym **66 z nich** (88,0% z 75) wskazało, iż w 2025 r. zrealizowało w swoich zasobach co najmniej jedno kwalifikujące się wydarzenie (w tym były to informacje uzyskane z 61 hoteli i 5 „innych obiektów noclegowych”[37]).

Łączna liczba wydarzeń biznesowych zrealizowanych w 2025 r. i zliczonych w badanych **obiektach noclegowych** na terenie województwa śląskiego wyniosła **10 138** (w tym 10 020, czyli 98,84%, wydarzeń biznesowych odbyło się w hotelach), a liczba uczestników tych wydarzeń w obiektach noclegowych to **413 981** osób (w tym 409 258 osób odnotowano w hotelach, czyli 98,86% wszystkich uczestników wydarzeń zrealizowanych i wykazanych przez obiekty noclegowe). Średnia liczba uczestników w jednym kwalifikowanym do badań wydarzeniu biznesowym w jednym **obiekcie noclegowym** wyniosła **41 osób.**

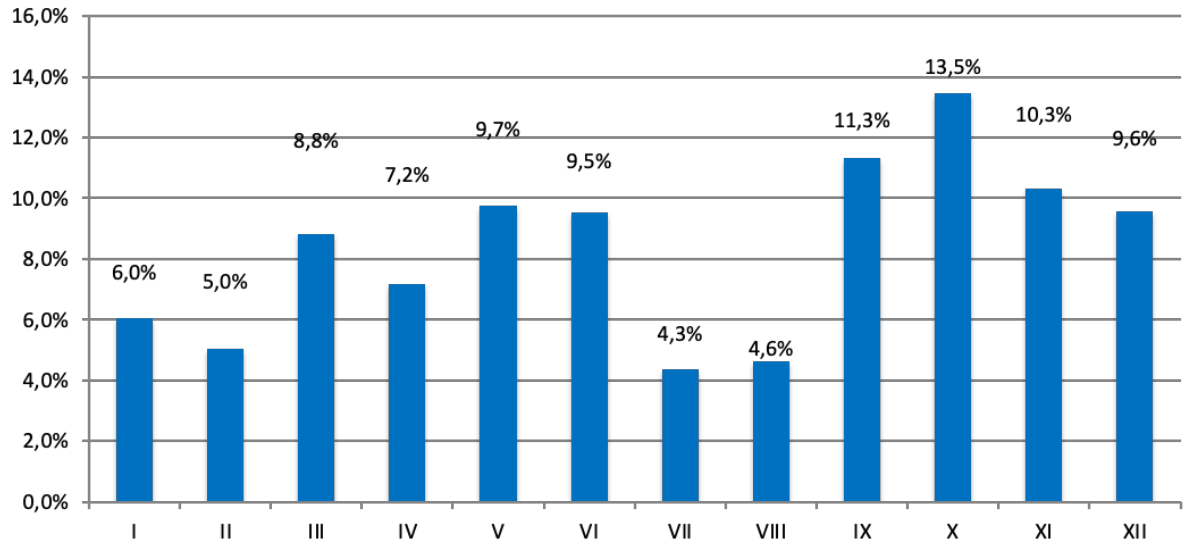
Mając na uwadze czas trwania zliczonych wydarzeń (długość mierzona liczbą dni), zauważyć można, iż 57,9% z nich były to spotkania jednodniowe (tab. 8), a łączna liczba dni konferencyjnych (tab. 9) wszystkich wydarzeń w tych obiektach w regionie wyniosła 15 997, co daje średnią na jedno wydarzenie 1,58 dnia (tab. 10).

Analiza sezonowości popytu na rynku wydarzeń zrealizowanych **w obiektach noclegowych** z uwzględnieniem liczby wydarzeń (rys. 6, rys. 7), pozwala zauważyć, iż w 2025 r. najwięcej wydarzeń zrealizowano w październiku – 1 364 wydarzenia (13,5%) i wrześniu – 1 149 (11,3%). W te dwa jesienne miesiące zrealizowano łącznie 24,8% wydarzeń z całego roku. Najmniejszy popyt odnotowano w okresie wakacji letnich – w lipcu (441 wydarzenia, 4,3%) i sierpniu (470, czyli 4,6% z całego roku).

Analiza sezonowości popytu na rynku wydarzeń w obiektach noclegowych w województwie śląskim z uwzględnieniem liczby uczestników (rys. 8, rys. 9), pozwala zauważyć, iż w 2025 r. najwięcej uczestników odnotowano we wrześniu – 72 023 (17,4%) i październiku – 55 184 (13,3%). Takie przesunięcie struktury popytu na rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim - mierzonego liczbą wydarzeń, względem popytu mierzonego liczbą uczestników, na wrzesień, może być spowodowane zwiększeniem zaangażowania pracowników w spotkania po okresie wakacji letnich,

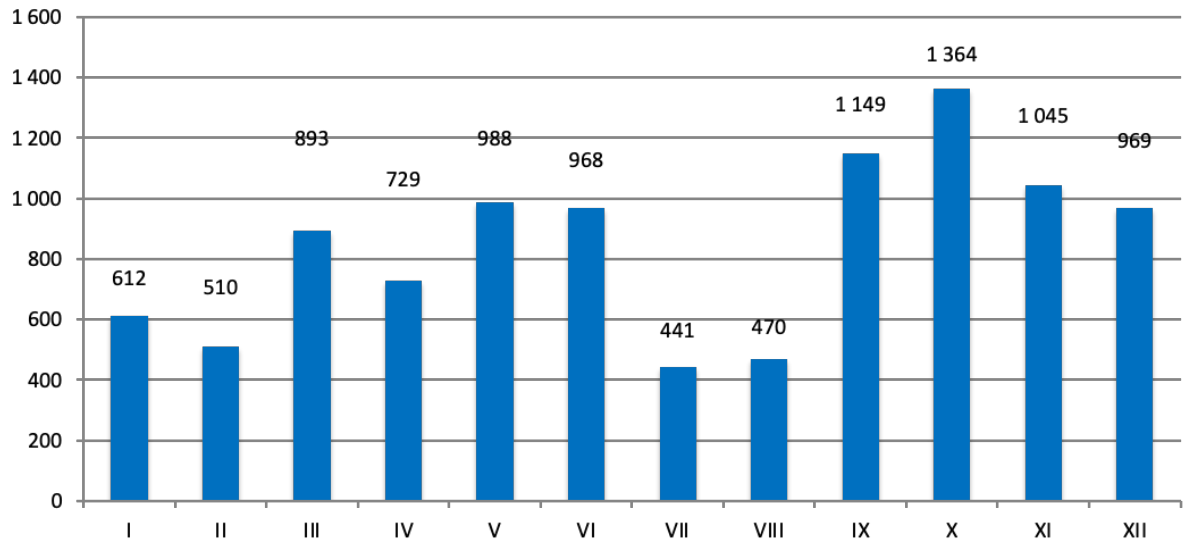
[37] w tym: nieskategoryzowane hotele, dom wycieczkowy

a także omawianiem planów rozwojowych na kolejny rok działalności. Razem w te dwa miesiące odnotowano 30,7% liczby uczestników z całego 2025 roku. Najmniej uczestników odnotowano w lipcu (3,2%) i lutym (3,8%), gdy realizowane były urlopy wypoczynkowe pracowników w okresie letnim i zimowym.



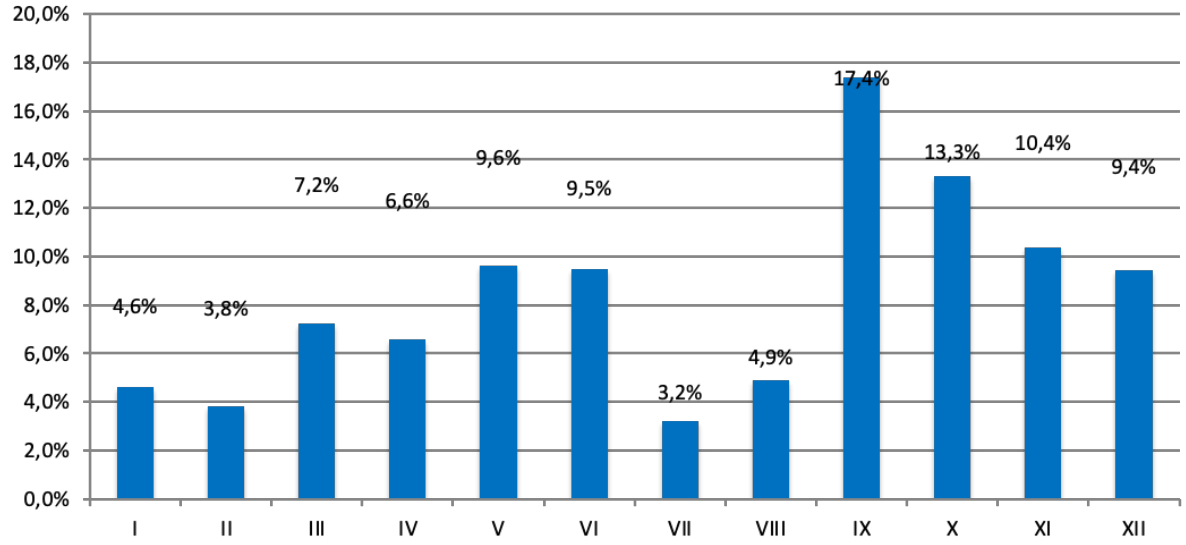
Rys. 6. Rozkład wydarzeń biznesowych w obiektach noclegowych w województwie śląskim według miesięcy.

Źródło: K. Cieślikowski - badania własne



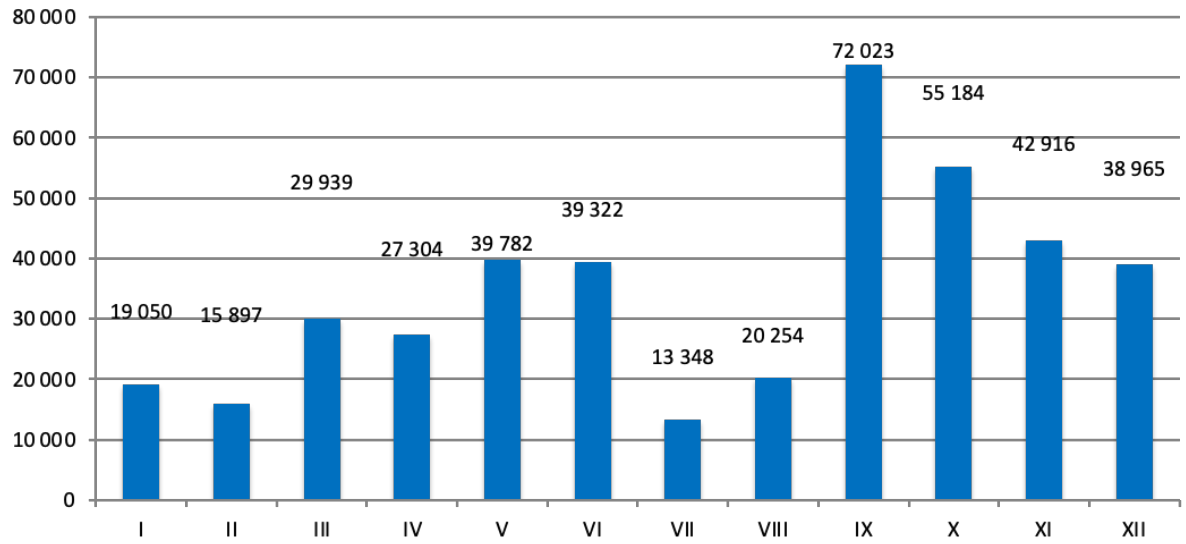
Rys. 7. Liczba wydarzeń biznesowych w obiektach noclegowych w województwie śląskim według miesięcy.

Źródło: K. Cieślikowski - badania własne



Rys. 8. Rozkład uczestników wydarzeń biznesowych w obiektach noclegowych w województwie śląskim według miesięcy.

Źródło: K. Cieślikowski - badania własne



Rys. 9. Liczba uczestników wydarzeń biznesowych w obiektach noclegowych w województwie śląskim według miesięcy.

Źródło: K. Cieślikowski - badania własne

W obiektach noclegowych województwie śląskim dominują wydarzenia trwające 1 dzień (tzw. jednodniowe[38]). Ich udział w ogólnej liczbie wydarzeń wyniósł w 2025 r. 58,0% (tab. 8.). Wydarzenia

[38] „wydarzenie jednodniowe" odnosi się do czasy trwania konferencji, a nie oznacza jednoznacznie, iż uczestnicy nie skorzystali z żadnego noclegu w obiekcie ani w miejscowości docelowej.

trwające 4 dni i dłużej to tylko 3,0 % ogółu wydarzeń biznesowych kwalifikowanych do badań (jest to nieco mniej niż udział takich wydarzeń dla wszystkich rodzajów obiektów ogółem, który wynosił 4,0%).

Tab. 8: Wydarzenia biznesowe w obiektach noclegowych w województwie śląskim w 2025 r. z uwzględnieniem wybranych kryteriów podziału

Kryterium podziału	zmienne różnicujące				
czas trwania	**1 dzień**	**2 dni**	**3 dni**	**4 i dłużej**	**Razem***
liczba wydarzeń	5 877	2 961	996	304	**10 138**
%	58,0%	29,2%	9,8%	3,0%	100,0%
rodzaj wydarzenia	**Meetings**	**Incentives**	**Conventions**	**Exhibitions**	
liczba wydarzeń	2 447	2 517	3 820	71	8 857
%	27,7%	28,4%	43,1%	0,8%	100,0%
"nowości" wydarzenia	**pierwszy raz**	**powracające**			
liczba wydarzeń	4 542	4 335			8 877
%	51,2%	48,8%			100,0%
udział pośredników	**bezpośrednio**	**pośrednio**			
liczba wydarzeń	7 840	1 064			8 904
%	88,1%	11,9%			100,0%
częstotliwość	**jednorazowe**	**cykliczne**			
liczba wydarzeń	5 898	2 288			8 186
%	72,0%	28,0%			100,0%
główny organizator	**instytucja publiczna**	**org. społeczna i inne non-profit**	**firma/ korporacja**		
liczba wydarzeń	1 026	513	6 068		7 607
%	13,5%	6,7%	79,8%		100,0%
siedziby zleceniodawcy	**z województwa śląskiego**	**z innych woj. w Polsce**	**z zagranicy**		
liczba wydarzeń	3 420	3 007	210		6 637
%	51,5%	45,3%	3,2%		100,0%
wielkość wydarzeń	**Małe** (10-49 os)	**Średnie** (50-299 os)	**Duże** (300 - 999 os)	**Wielkie** (1000 os. i więcej)	
liczba wydarzeń	5 682	2 430	161	8	8 281
%	68,6%	29,3%	1,9%	0,1%	100,0%
pochodzenie uczestników	**z woj. śląskiego**	**inne w Polsce**	**zagranica**		
liczba wydarzeń	1 582	2 497	248		4 327
%	36,6%	57,7%	5,7%		100,0%

* liczba „razem" nie jest taka sama w poszczególnych kryteriach podziału wydarzeń biznesowych, gdyż nie wszystkie wydarzenia były wskazywane i rozpisywane przez respondentów w poszczególnych kryteriach podziału wydarzeń

Źródło: K. Cieślikowski - badania własne

Uwzględniając rodzaj wydarzenia, zauważyć należy, iż dominują spotkania konferencyjne („conventions"), których to odnotowano w 2025 r. w obiektach noclegowych 3 820, czyli stanowiły one 43,1% z wszystkich wydarzeń w tych obiektach. Jest to podobny udział jak dla obiektów ogółem (44,9%). Najmniej w obiektach noclegowych było imprez targowych i wystawienniczych („exhibitions") – 71 wydarzeń, które stanowiły tylko 0,8%. Jest to mniejszy udział niż przypadku obiektów ogółem, który wyniósł 2,5%.

Analiza struktury rynku wydarzeń w obiektach noclegowych z uwzględnieniem „nowości" wydarzenia dla obiektu konferencyjnego, pozwala zauważyć, iż udział wydarzeń „powracających" (realizowanych ponownie w tym samym obiekcie) wynosi 48,8% i jest zbliżony do udziału tych co były realizowane pierwszy raz (51,2%), jest to podobnie jak w przypadku struktury wydarzeń dla wszystkich rodzajów obiektów.

Zdecydowana większość wydarzeń biznesowych w obiektach noclegowych realizowana była w bezpośrednim kontakcie między głównym zleceniodawcą/organizatorem a obiektem noclegowym (88,1%). Udział pośredników w zrealizowanych wydarzeniach w tym tego rodzaju obiektach wydarzeń to 11,9%. Obiekty noclegowe z zapleczem konferencyjnym dysponują często wyspecjalizowanymi działami organizacji i obsługi wydarzeń, mają doskonale wyposażone pomieszczenia konferencyjne oraz kompleksowo obsłużą klienta instytucjonalnego w zakresie innych usług.

72,0% wszystkich wydarzeń w obiektach noclegowych na terenie województwa śląskiego są to wydarzenia jednorazowe, a niemal co czwarte (28,0%) to wydarzenia cykliczne.

Dominująca grupa głównych organizatorów wydarzeń w obiektach noclegowych to „firmy/korporacje". Ich udział w rynku wszystkich odnotowanych wydarzeniach wyniósł 79,8% i jest większy niż dla wszystkich rodzajów obiektów wydarzeń (było to 74,1%). Organizacje non-profit odpowiadają za 6,7% (jest to mniej niż udział dla obiektów ogółem - 9,8%), a administracja publiczna/ instytucje publiczne za 13,5% (również jest to mniejszy udział niż we wszystkich rodzajach obiektów ogółem, było to 16,1%).

51,5% wszystkich wydarzeń realizują w obiektach noclegowych organizatorzy/zleceniodawcy, którzy mają swoje siedziby w województwie śląskim. 3,2% wydarzeń zlecanych jest przez organizatorów z siedzibą zagranicą, pozostałe 45,3% wydarzeń zleconych było z innych województw w Polsce niż śląskie (dla obiektów ogółem ten udział wynosił 40,7%).

W obiektach noclegowych dominują wydarzenia małe pod względem liczby uczestników (10 – 49 osób na jednym spotkaniu). Ich udział w rynku wydarzeń ogółem wyniósł 68,6% (dla ogółu obiektów było to 64,8%). Wielkich wydarzeń (z liczbą uczestników 1000 osób i więcej) odnotowano 8 i stanowiły one to tylko 0,1% (dla wszystkich rodzajów obiektów udział wielkich wydarzeń wyniósł 1,1%).

W 36,6% wydarzeń biznesowych zrealizowanych w obiektach noclegowych uczestnicy pochodzili tylko z województwa śląskiego (udział ten dla obiektów ogółem był 42,3%), a w 57,7% wydarzeniach odnotowano uczestników także z pozostałej części Polski. W 5,7% ze wszystkich imprez pojawili się uczestnicy także z zagranicy.

Analiza popytu zrealizowanego na rynku wydarzeń biznesowych **w obiektach noclegowych z uwzględnieniem kategoryzacji obiektu** (tab. 9.) **pozwala zauważyć, iż najbardziej aktywne na rynku wydarzeń biznesowych były hotele 4-gwiazdkowe.** Odnotowano w nich najwięcej kwalifikujących się wydarzeń biznesowych: 5 662 wydarzeń, czyli **55,85%** ze wszystkich 10 138; najwięcej uczestników: 239 601 osób, czyli 57,88%; najwięcej dni konferencyjnych – 9 394 (czyli udział wynosił 58,72%). Na kolejnym miejscu znalazły się hotele 3-gwiazdkowe, gdzie odnotowano 3 140 wydarzeń, czyli udział wyniósł 30,97%.

Liczba hoteli 5-gwiazdkowych w grupie obiektów noclegowych wskazujących 1 i więcej wydarzeń (5 obiektów) stanowiła tylko 7,58%. Jednak liczba uczestników spotkań biznesowych zrealizowanych w tych obiektach (51 408 osób), na tle ogólnej liczby uczestników wydarzeń biznesowych w obiektach noclegowych stanowiła aż 12,42% (tab. 9). Ponadto wszystkie obiekty 5 gwiazdkowe z województwa śląskiego uczestniczyły w badaniu wskazując 1 i więcej kwalifikujących się do badań wydarzeń biznesowych zrealizowanych w 2025 r. w swoich zasobach.

Tab. 9. Rozkład liczby wydarzeń biznesowych i uczestników z uwzględnieniem kategoryzacji obiektów noclegowych

Kategoryzacja obiektu	liczba ob. wskazujących 1 i więcej wydarzeń	Udział w %		liczba wydarzeń w tych ob.	Udział w %		liczba uczest.	Udział w %		liczba dni konf.	Udział w %
5 gwiazdek	5	7,58%		1 090	10,75%		51 408	12,42%		1 497	9,36%
4 gwiazdki	25	37,88%		**5 662**	**55,85%**		**239 601**	**57,88%**		**9 394**	**58,72%**
3 gwiazdki	**30**	**45,45%**		3 140	30,97%		111 624	26,96%		4 774	29,84%
2 gwiazdki	1	1,52%		128	1,26%		6 625	1,60%		131	0,82%
1 gwiazdka	**0**	**0,00%**		**0**	**0,00%**		**0**	**0,00%**		**0**	**0,00%**
hotele razem	**61**	**92,42%**		**10 020**	**98,84%**		**409 258**	**98,86%**		**15 796**	**98,74%**
inny obiekt noclegowy	5	7,58%		118	1,16%		4 723	1,14%		201	1,26%
Obiekty noclegowe ogółem	**66**	**100,00%**		**10 138**	**100,00%**		**413 981**	**100,00%**		**15 997**	**100,00%**

Źródło: Cieślikowski - badania własne

Natomiast najmniejszy udział w rynku wydarzeń biznesowych zrealizowanych w obiektach noclegowych mają hotele niższej kategoryzacji (2 i 1 gwiazdkowe) oraz inne obiekty noclegowe (ich łączny udział w liczbie wydarzeń wyniósł 2,32%, a w liczbie uczestników 2,74%, dni konferencyjnych 2,02%).

Analizując wartości średnie parametrów opisujących rynek wydarzeń biznesowych z uwzględnieniem kategoryzacji obiektów noclegowych (tab. 10.), zauważyć można, iż najwięcej wydarzeń w obiekcie realizują hotele 4-gwiazdkowe (średnio 226 wydarzeń w roku 2025 r.). Największe wydarzenia odnotowano w obiekcie 2-gwiazdkowym (średnio 52 osoby w jednym wydarzeniu). Natomiast, średnia liczba uczestników wszystkich wydarzeń w jednym obiekcie w ciągu roku największa była w hotelach 5-gwiazdkowych (średnia dla jednego obiektu wyniosła 10 282) i 4-gwiazdkowych (średnia wyniosła 9 584 osoby), a najmniejsza w „innych obiektach noclegowych" (945 osób).

Hotele 4-gwiazdkowe odnotowały także najdłuższe spotkania biznesowe – średni czas trwania jednego wydarzenia w 2025 r. wynosił 1,66 dnia (jest to więcej niż średnio dla obiektów noclegowych ogółem – 1,58 dnia). Najkrótsze wydarzenia były w hotelach 2-gwiadkowych (średni czas rwania 1,02 dnia).

Tab. 10. Średnie wartości wybranych parametrów opisujących wydarzenia biznesowe w obiektach noclegowych z uwzględnieniem kategoryzacji obiektów

Kategoryzacja obiektu	Średnia liczba wydarzeń w obiekcie w ciągu roku	średnia liczba uczestników w jednym wydarzeniu	średnia liczba uczestników wszystkich wydarzeń w jednym obiekcie w ciągu roku	średni czas trwania jednego wydarzenia (w dniach)
5 gwiazdek	218	47	**10 282**	1,37
4 gwiazdki	**226**	42	9 584	**1,66**
3 gwiazdki	105	**36**	3 721	1,52
2 gwiazdki	128	**52**	6 625	1,02
1 gwiazdka	-	-	-	-
hotele razem	164	41	6 709	1,58
inny obiekt noclegowy	**24**	40	**945**	**1,70**
Obiekty noclegowe ogółem	**154**	**41**	**6 272**	**1,58**

Źródło: Cieślikowski - badania własne

Podsumowując, hotele 3-gwiazdkowe i wyższej kategoryzacji stanowią kluczową grupę obiektów noclegowych na rynku wydarzeń biznesowych. Ich udziały w popycie zrealizowanym, mierzony zarówno liczbą wydarzeń, uczestników czy też dni konferencyjnych przekracza 95%.

3.2.2 Wydarzenia biznesowe w obiektach kulturalnych.

W procesie prowadzonych badań strony popytowej rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim w 2025 r. zaproszono do badania **152 obiekty kulturalne** (tab. 1.). Uzyskano odpowiedzi z **57 obiektów kulturalnych** (czyli 37,5% z zaproszonych tego rodzaju obiektów), przy czym **32 nich (czyli 56,1% z tych 57)** wskazało, iż w 2025 r. zrealizowało w swoich zasobach co najmniej jedno kwalifikujące się wydarzenie, a pozostałe 25 obiektów kulturalnych (43,9% z 57) wskazało „0" kwalifikujących się wydarzeń (tab. 2).

Łączna liczba wydarzeń biznesowych zrealizowanych w 2025 r. zliczonych w badanych obiektach kulturalnych na terenie województwa śląskiego wyniosła **1 317** (tab. 6.), a liczba uczestników tych wydarzeń w tych obiektach to **182 709** osób. Średnia liczba uczestników w jednym kwalifikowanym do badań wydarzeniu biznesowym w jednym obiekcie kulturalnym wyniosła 1**39 osób.**

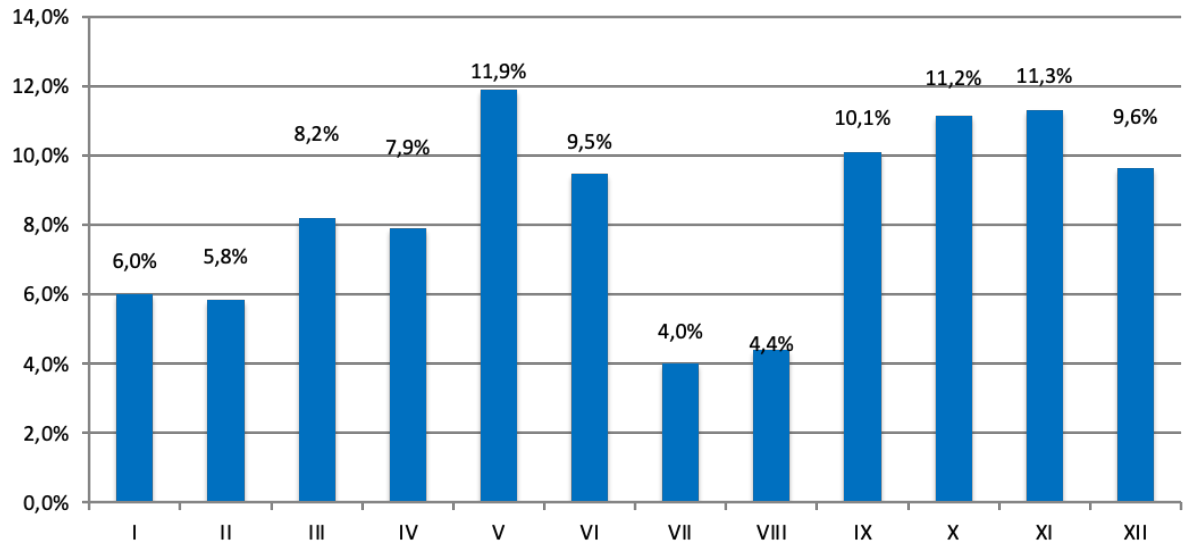
Mając na uwadze czas trwania zliczonych wydarzeń (długość mierzona liczbą dni), zauważyć można, iż łączna liczba dni konferencyjnych (tab. 6) wszystkich wydarzeń w obiektach kulturalnych wyniosła 1 528, co daje średni czas trwania jednego wydarzenia 1,16 dnia (tab. 7). Przy czym, 91,6% wydarzeń to były to spotkania biznesowe i konferencje jednodniowe (tab. 12.).

Taki wynik pokazuje, iż **w obiektach kulturalnych realizowane są najkrótsze spotkania biznesowe wśród wszystkich rodzajów obiektów wydarzeń** (średni czas trwania dla obiektów ogółem to było 1,53 dnia).

Analiza sezonowości popytu na rynku wydarzeń zrealizowanych w obiektach kulturalnych z uwzględnieniem liczby wydarzeń (rys. 10, rys. 11), pozwala zauważyć, iż w 2025 r. najwięcej wydarzeń zrealizowano w maju (11,9%), następnie w listopadzie (11,3%) i październiku (11,2%). Najmniejszy popyt odnotowano w okresie wakacji letnich – w lipcu (4,0%) i sierpniu (4,4% z całego roku).

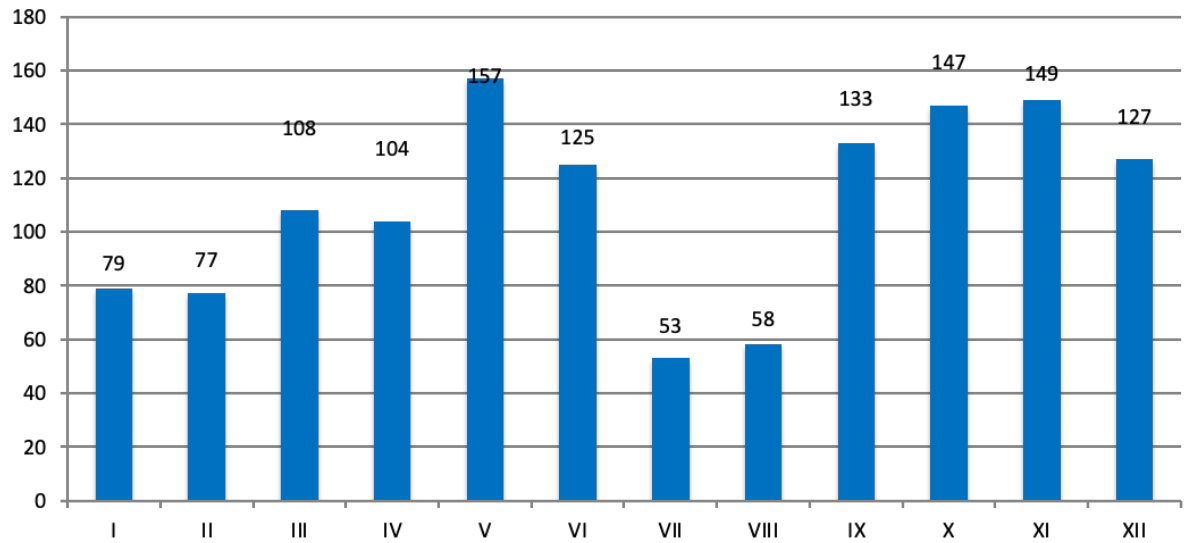
Analiza sezonowości popytu na rynku wydarzeń w obiektach kulturalnych w województwie śląskim z uwzględnieniem liczby uczestników (rys. 12, rys. 13), pozwala zauważyć, iż w 2025 r. zdecydowanie najwięcej uczestników odnotowano w maju (19,7%).

Takie przesunięcie struktury popytu zrealizowanego na rynku wydarzeń biznesowych w obiektach kulturalnych w województwie śląskim (mierzonego liczbą wydarzeń i uczestników) na maj, względem popytu zrealizowanego w obiektach wydarzeń ogółem (tam wskazywany jest październik jako najpopularniejszy miesiąc), może być spowodowane nieco mniejszym zagospodarowaniem obiektów kultury w maju, w swoją standardową ofertę usług dotyczącą repertuaru imprez kulturalnych, a także nieco większą aktywnością administracji publicznej na rynku wydarzeń zrealizowanych w tego rodzaju obiektach jeszcze przed okresem wakacji letnich.



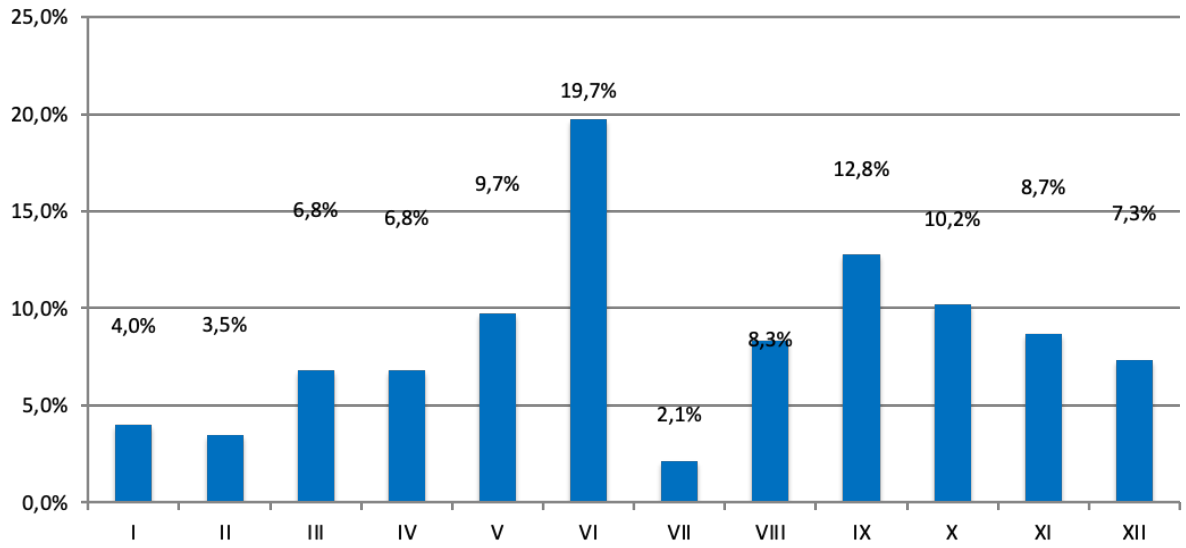
Rys. 10. Rozkład wydarzeń biznesowych w obiektach kulturalnych w województwie śląskim według miesięcy.

Źródło: K. Cieślikowski - badania własne



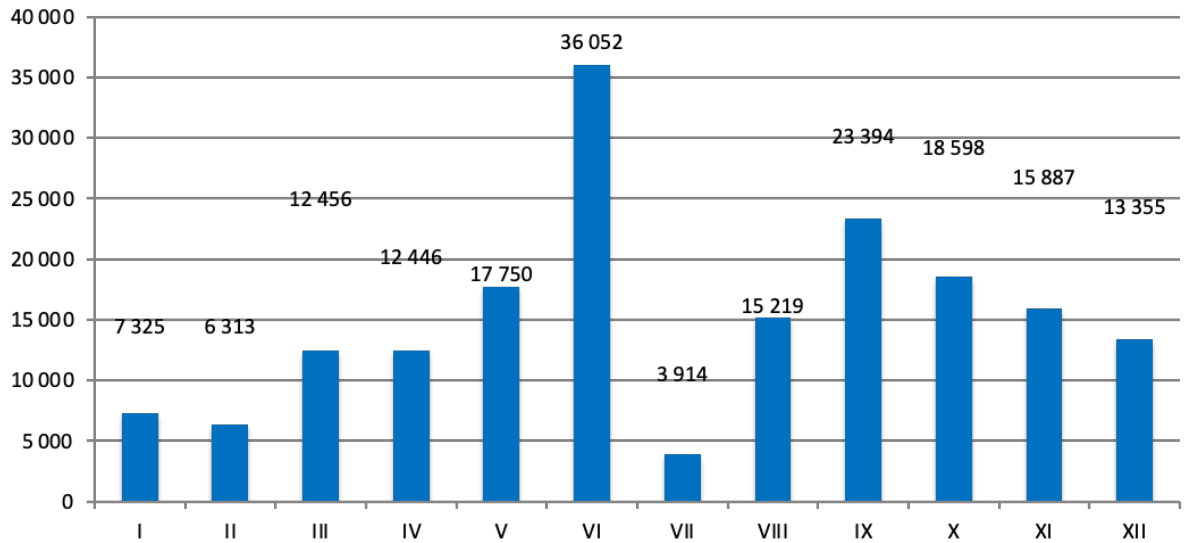
Rys. 11. Liczba wydarzeń biznesowych w obiektach kulturalnych w województwie śląskim według miesięcy.

Źródło: K. Cieślikowski - badania własne



Rys. 12. Rozkład uczestników wydarzeń biznesowych w obiektach kulturalnych w województwie śląskim według miesięcy.

Źródło: K. Cieślikowski - badania własne



Rys. 13. Liczba uczestników wydarzeń biznesowych w obiektach kulturalnych w województwie śląskim według miesięcy.

Źródło: K. Cieślikowski - badania własne

W **obiektach kulturalnych** województwie śląskim zdecydowanie dominują wydarzenia trwające 1 dzień (tzw. jednodniowe). Ich udział w ogólnej liczbie wydarzeń wyniósł w 2025 r. 91,8% (tab. 11.). Udział ten jest większy niż w przypadku wydarzeń biznesowych dla obiektów wydarzeń

ogółem (62,9%). Wydarzenia dłuższe (trwające 3 dni i dłużej) to tylko 4,3% ogółu wydarzeń biznesowych kwalifikowanych do badań w obiektach kulturalnych.

Tab. 11: Wydarzenia biznesowe w obiektach kulturalnych w województwie śląskim w 2025 r. z uwzględnieniem wybranych kryteriów podziału

Kryterium podziału	zmienne różnicujące				
czas trwania	**1 dzień**	**2 dni**	**3 dni**	**4 i dłużej**	**Razem***
liczba wydarzeń	1 209	51	11	46	1 317
%	91,8%	3,9%	0,8%	3,5%	100,0%
rodzaj wydarzenia	**Meetings**	**Incentives**	**Conventions**	**Exhibitions**	
liczba wydarzeń	316	291	528	88	1 223
%	25,8%	23,8%	43,2%	7,2%	100,0%
"nowości" wydarzenia	**pierwszy raz**	**powracające**			
liczba wydarzeń	704	523			1 227
%	57,4%	42,6%			100,0%
udział pośredników	**bezpośrednio**	**pośrednio**			
liczba wydarzeń	1 019	132			1 151
%	88,5%	11,5%			100,0%
częstotliwość	**jednorazowe**	**cykliczne**			
liczba wydarzeń	720	432			1 152
%	62,5%	37,5%			100,0%
główny organizator	**instytucja publiczna**	**org. społeczna i inne non-profit**	**firma/ korporacja**		
liczba wydarzeń	288	214	646		1 148
%	25,1%	18,6%	56,3%		100,0%
siedziby zleceniodawcy	**z województwa śląskiego**	**z innych woj. w Polsce**	**z zagranicy**		
liczba wydarzeń	678	129	6		813
%	83,4%	15,9%	0,7%		100,0%
wielkość wydarzeń	**Małe** (10-49 os)	**Średnie** (50-299 os)	**Duże** (300 - 999 os)	**Wielkie** (1000 os. i więcej)	
liczba wydarzeń	684	395	71	19	1 169
%	58,5%	33,8%	6,1%	1,6%	100,0%
pochodzenie uczestników	**z woj. śląskiego**	**inne w Polsce**	**zagranica**		
liczba wydarzeń	491	101	43		635
%	77,3%	15,9%	6,8%		100,0%

* liczba „razem" nie jest taka sama w poszczególnych kryteriach podziału wydarzeń biznesowych, gdyż nie wszystkie wydarzenia były wskazywane i rozpisywane przez respondentów w poszczególnych kryteriach podziału wydarzeń

Źródło: K. Cieślikowski - badania własne

Uwzględniając rodzaj wydarzenia, zauważyć należy, iż w obiektach kulturalnych dominują spotkania konferencyjne („conventions"), których udział w obiektach kulturalnych wynosił 43,2% (czyli podobnie jak dla obiektów ogółem – 44,9%). Natomiast nieco większy udział był wydarzeń targowych i wystawienniczych tzw.: „exhibitions" (7,2%), podczas gdy dla obiektów ogółem „targi i wystawy" to stanowiły 2,5% z wszystkich kwalifikowanych wydarzeń biznesowych.

Analiza struktury rynku wydarzeń w obiektach kulturalnych z uwzględnieniem „nowości" wydarzenia dla obiektu konferencyjnego, pozwala zauważyć, iż udział wydarzeń „powracających" (realizowanych ponownie w tym samym obiekcie) wynosi 42,6%. Jest to nieco mniej niż udział takich wydarzeń dla wszystkich rodzajów obiektów, który był 49,8%. Wydarzenia biznesowe w obiektach kulturalnych, które były realizowane pierwszy raz stanowiły 57,4%, (nieco więcej niż udział dla obiektów ogółem – 50,2%).

Zdecydowana większość wydarzeń biznesowych w obiektach kulturalnych realizowana jest w bezpośrednim kontakcie z głównym zleceniodawcą/organizatorem (88,5%). Udział pośredników w zrealizowanych wydarzeniach w tym tego rodzaju obiektach wydarzeń to 11,5% (podobnie jak dla obiektów ogółem – 11,2%).

62,0% wszystkich wydarzeń w obiektach kulturalnych na terenie województwa śląskiego są to wydarzenia jednorazowe, a 37,5% to wydarzenia cykliczne (nieco większy udział niż w przypadku obiektów ogółem 31,5%).

Dominująca grupa głównych organizatorów wydarzeń w obiektach kulturalnych to „firmy/korporacje". Ich udział w rynku wszystkich odnotowanych wydarzeniach wyniósł 56,3%, jednak jest mniejszy niż dla wszystkich rodzajów obiektów wydarzeń (było to 74,1%). Organizacje non-profit odpowiadają za 18,6% (jest to więcej niż udział dla obiektów ogółem - 9,8%), a administracja publiczna/ instytucje publiczne za 25,1% (również jest to większy udział niż we wszystkich rodzajach obiektów ogółem, było to 16,1%). Zatem korporacje nieco rzadziej wybierają obiekty kulturalne jako miejsce wydarzeń w porównaniu do innych obiektów wydarzeń biznesowych. Natomiast administracja publiczna i organizacje non-profit zdecydowanie chętniej lokują wydarzenia w obiektach kulturalnych niż w pozostałych obiektach.

Aż 83,4% wszystkich wydarzeń biznesowych zrealizowanych w obiektach kulturalnych było przez zleceniodawców, którzy mają swoje siedziby w województwie śląskim. Tylko 0,7% wydarzeń zlecanych było przez organizatorów z siedzibą zagranicą, a pozostałe 15,9% wydarzeń zleconych było z innych województw w Polsce niż śląskie (dla obiektów ogółem ten udział wynosił 40,7%).

W obiektach kulturalnych dominują wydarzenia małe pod względem liczby uczestników (10 – 49 osób na jednym spotkaniu). Ich udział w rynku wydarzeń ogółem wyniósł 58,5% (dla ogółu obiektów było to 64,8%). Wielkich wydarzeń (z liczbą uczestników 1000 osób i więcej) odnotowano tylko 1,6% (podobnie jak dla ogółu obiektów udział wielkich wydarzeń - 1,1%).

W 77,3% wydarzeń biznesowych zrealizowanych w obiektach kulturalnych uczestnicy pochodzili tylko z województwa śląskiego (udział ten dla obiektów ogółem był 42,3%), a w 15,9% wydarzeniach odnotowano także uczestników z pozostałej części Polski. W 6,8% ze wszystkich imprez pojawili się uczestnicy także z zagranicy.

Podsumowując obiekty kulturalne to miejsca krótkich wydarzeń. To obiekty częściej niż inne wykorzystywane jako miejsca wydarzeń biznesowych w maju, raczej przez firmy, jednak udział administracji publicznej i organizacji non-profit w liczbie wydarzeń ogółem w tych obiektach jest większy niż dla obiektów ogółem. Dominują zdecydowanie uczestnicy tylko z województwa śląskiego.

3.2.3 Wydarzenia biznesowe w szkołach wyższych i placówkach edukacyjnych.

W procesie prowadzonych badań strony popytowej rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim w 2025 r. zaproszono do badania **185 obiektów** opisanych jako **„szkoły wyższe i placówki edukacyjne”** (tab. 1). Uzyskano odpowiedzi z **26 obiektów** (czyli 14,1% z zaproszonych tego rodzaju obiektów), przy czym **16 nich (czyli 61,5% z 26)** wskazało, iż w 2025 r. zrealizowało w swoich zasobach co najmniej jedno kwalifikujące się wydarzenie, a pozostałe 10 obiektów tego rodzaju (38,5% z 26) wskazało „0” kwalifikujących się wydarzeń (tab. 2).

Łączna liczba wydarzeń biznesowych zrealizowanych w 2025 r. zliczonych w badanych obiektach „szkoły wyższe i placówki edukacyjne” na terenie województwa śląskiego wyniosła **274**, które stanowiły 2,11% wydarzeń biznesowych we wszystkich obiektach ogółem (tab. 6.), a liczba uczestników wydarzeń w tych obiektach to **32 389** osób (2,58% uczestników wydarzeń biznesowych we wszystkich obiektach).

Średnia liczba uczestników w jednym kwalifikowanym do badań wydarzeniu biznesowym w obiekcie zaliczonym do grupy „szkoły wyższe i inne placówki edukacyjne” wyniosła **118 osób.**

Mając na uwadze czas trwania zliczonych wydarzeń (długość mierzona liczbą dni), zauważyć można, iż łączna liczba dni konferencyjnych (tab. 6) wszystkich wydarzeń w obiektach w tej grupie (szkoły wyższe i placówki edukacyjne) wyniosła 1 528, co daje średni czas trwania jednego wydarzenia

1,46 dnia (tab. 7). Przy czym, 71,9% wydarzeń to były to spotkania biznesowe i konferencje jednodniowe (tab. 12).

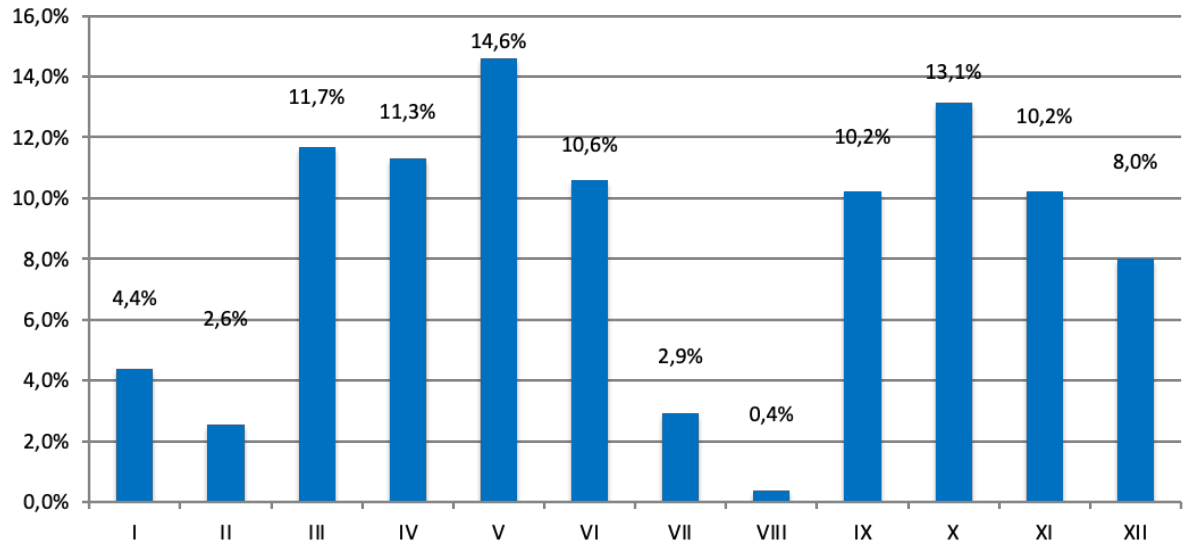
Należy zauważyć, iż w procesie realizacji badań, zebrano odpowiedzi od 26 obiektów tego rodzaju. W tym 16 z nich wskazało, iż zrealizowało w swoich zasobach „1 i więcej" kwalifikujących się wydarzeń biznesowych. Były to tylko i wyłącznie obiekty akademickie. Pozostałe 10 odpowiedzi ze wskazaniem „0" otrzymano od „innych placówek edukacyjnych". Dlatego przy oszacowaniu całkowitego popytu zrealizowanego na rynku wydarzeń biznesowych rozdzielono te dwie podgrupy obiektów w ramach „szkoły wyższe i placówki edukacyjne" (patrz tab. 17 i zał. 12).

Zatem informacje zapisane w tym punkcie raportu koncentrują się głównie na wydarzeniach w obiektach akademickich, z których zliczono wydarzenia przez nie wykazane.

Analiza sezonowości popytu na rynku wydarzeń zrealizowanych w szkołach wyższych i placówkach edukacyjnych z uwzględnieniem liczby wydarzeń (rys. 14, rys. 15), pozwala zauważyć, iż w 2025 r. najwięcej wydarzeń zrealizowano w maju (14,6%) i w październiku (13,1%). Najmniejszy popyt odnotowano w sierpniu (0,4%) i lutym (2,6% z wydarzeń w całym roku).

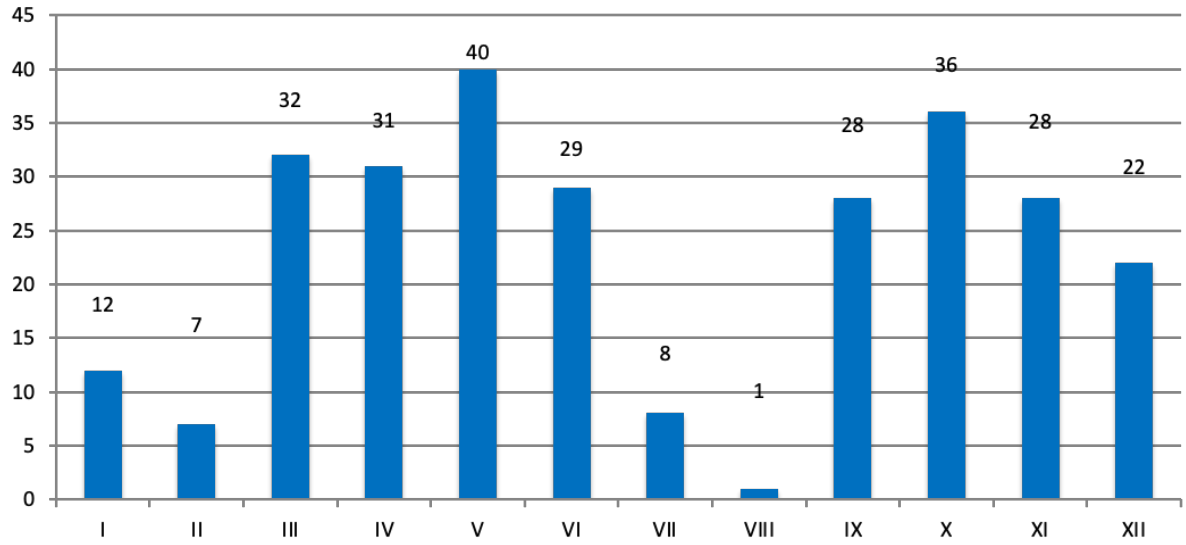
Analiza sezonowości popytu na rynku wydarzeń w szkołach wyższych i placówkach edukacyjnych w województwie śląskim z uwzględnieniem liczby uczestników (rys. 16, rys. 17), pozwala zauważyć, iż w 2025 r. zdecydowanie najwięcej uczestników odnotowano we wrześniu (22,3%) i maju (17,0%).

Takie przesunięcie struktury popytu zrealizowanego na rynku wydarzeń biznesowych w szkołach wyższych i placówkach edukacyjnych w województwie śląskim (mierzonego liczbą wydarzeń i uczestników) na wrzesień, względem popytu zrealizowanego w obiektach wydarzeń ogółem (tam jest wskazywany październik jako najpopularniejszy miesiąc), może być spowodowane nieco mniejszym zagospodarowaniem uczelni wyższych zajęciami rutynowymi ze studentami, a jednocześnie obecnością i gotowością do pracy całej administracji i kadry dydaktycznej po okresie urlopów i wypoczynku wakacji letnich.



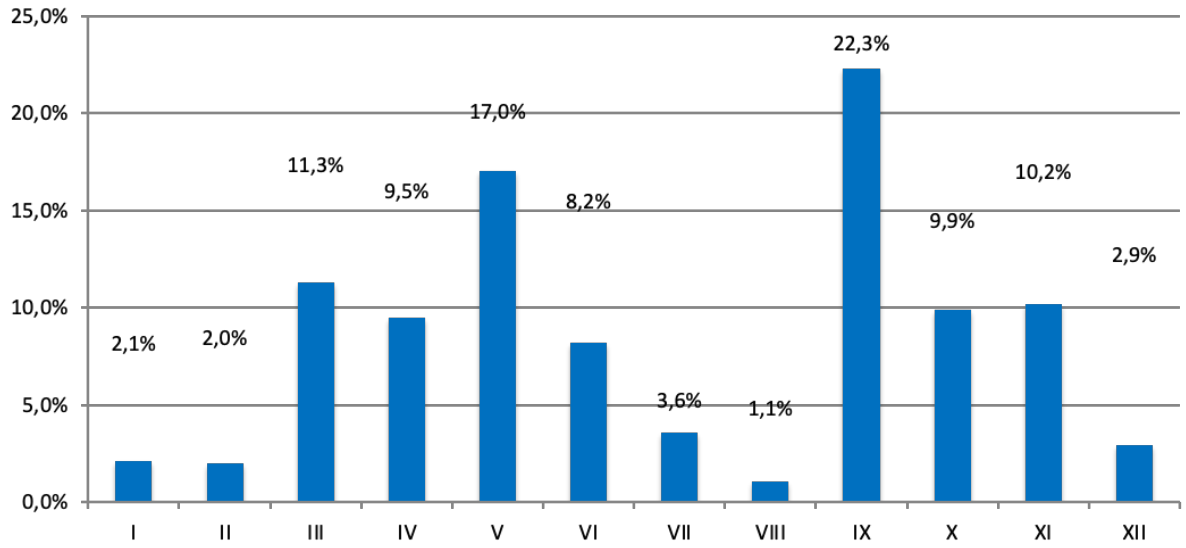
Rys. 14. Rozkład wydarzeń biznesowych w szkołach wyższych i placówkach edukacyjnych w województwie śląskim według miesięcy.

Źródło: k. Cieślikowski - badania własne



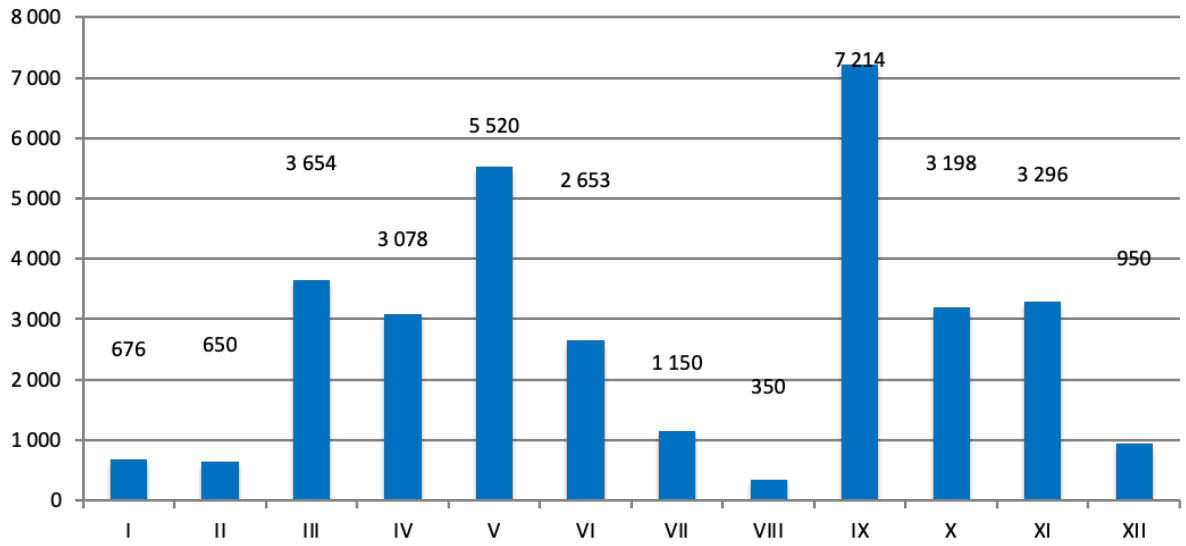
Rys. 15. Liczba wydarzeń biznesowych w szkołach wyższych i placówkach edukacyjnych w województwie śląskim według miesięcy.

Źródło: K. Cieślikowski - badania własne



Rys. 16. Rozkład uczestników wydarzeń biznesowych w szkołach wyższych i placówkach edukacyjnych w województwie śląskim według miesięcy.

Źródło: K. Cieślikowski - badania własne



Rys. 17. Liczba uczestników wydarzeń biznesowych w szkołach wyższych i placówkach edukacyjnych w województwie śląskim według miesięcy.

Źródło: K. Cieślikowski - badania własne

W szkołach wyższych i placówkach edukacyjnych województwa śląskiego dominują wydarzenia trwające 1 dzień (tzw. jednodniowe). Ich udział w ogólnej liczbie wydarzeń wyniósł w 2025 r. 71,9% (tab. 12.). Udział ten jest większy niż w przypadku wydarzeń biznesowych dla wszystkich rodzajów

obiektów wydarzeń biznesowych ogółem (62,9%). Wydarzenia trwające 4 dni to 5,8% wydarzeń biznesowych kwalifikowanych do badań w obiektach grupy „szkoły wyższe i placówki edukacyjne”.

Tab. 12: Wydarzenia biznesowe w szkołach wyższych i placówkach edukacyjnych w województwie śląskim w 2025 r. z uwzględnieniem wybranych kryteriów podziału

Kryterium podziału	zmienne różnicujące				
czas trwania	**1 dzień**	**2 dni**	**3 dni**	**4 i dłużej**	**Razem***
liczba wydarzeń	197	45	16	16	274
%	71,9%	16,4%	5,8%	5,8%	100,0%
rodzaj wydarzenia	**Meetings**	**Incentives**	**Conventions**	**Exhibitions**	
liczba wydarzeń	53	0	202	19	274
%	19,3%	0,0%	73,7%	6,9%	100,0%
"nowości" wydarzenia	**pierwszy raz**	**powracające**			
liczba wydarzeń	72	18			90
%	80,0%	20,0%			100,0%
udział pośredników	**bezpośrednio**	**pośrednio**			
liczba wydarzeń	90	0			90
%	100,0%	0,0%			100,0%
częstotliwość	**jednorazowe**	**cykliczne**			
liczba wydarzeń	63	27			90
%	70,0%	30,0%			100,0%
główny organizator	**instytucja publiczna**	**org. społeczna i inne non-profit**	**firma/ korporacja**		
liczba wydarzeń	171	75	28		274
%	62,4%	27,4%	10,2%		100,0%
siedziby zleceniodawcy	**z województwa śląskiego**	**z innych woj. w Polsce**	**z zagranicy**		
liczba wydarzeń	54	195	25		274
%	19,7%	71,2%	9,1%		100,0%
wielkość wydarzeń	**Małe** (10-49 os)	**Średnie** (50-299 os)	**Duże** (300 - 999 os)	**Wielkie** (1000 os. i więcej)	
liczba wydarzeń	88	164	21	1	274
%	32,1%	59,9%	7,7%	0,4%	100,0%
pochodzenie uczestników	**z woj. śląskiego**	**inne w Polsce**	**zagranica**		
liczba wydarzeń	16	227	30		273
%	5,9%	83,2%	11,0%		100,0%

* liczba „razem” nie jest taka sama w poszczególnych kryteriach podziału wydarzeń biznesowych, gdyż nie wszystkie wydarzenia były wskazywane i rozpisywane przez respondentów w poszczególnych kryteriach podziału wydarzeń

Źródło: K. Cieślikowski - badania własne

Uwzględniając rodzaj wydarzenia w szkołach wyższych i placówkach edukacyjnych, zauważyć należy, iż zdecydowanie dominują spotkania konferencyjne („conventions"), których udział wynosił 73,7% (jest to więcej niż dla obiektów ogółem, gdzie udział ten wynosił 44,9%). Natomiast w ogóle nie odnotowano wydarzeń biznesowych typu „incentives" (tab. 12), podczas gdy dla obiektów ogółem te wydarzenia stanowiły 25,5% z wszystkich kwalifikowanych wydarzeń biznesowych (tab. 3).

Analiza struktury rynku wydarzeń biznesowych zrealizowanych w szkołach wyższych i placówkach edukacyjnych z uwzględnieniem „nowości" wydarzenia dla tego obiektu konferencyjnego, pozwala zauważyć, iż udział wydarzeń „powracających" (realizowanych ponownie w tym samym obiekcie) wynosi 20,0%. Jest to zdecydowanie mniej niż udział takich wydarzeń dla wszystkich rodzajów obiektów, który był na poziomie 49,8%. Wydarzenia biznesowe w szkołach wyższych i placówkach edukacyjnych, które były realizowane pierwszy raz stanowiły 80,0%, (jest to więcej niż udział dla obiektów ogółem – 50,2%).

Wszystkie wydarzenia biznesowe w szkołach wyższych i placówkach edukacyjnych realizowano w bezpośrednim kontakcie z głównym zleceniodawcą/organizatorem.

70,0% wszystkich wydarzeń w tych obiektach na terenie województwa śląskiego były to wydarzenia jednorazowe, a 30,0% to wydarzenia cykliczne (podobnie jak w przypadku obiektów ogółem 31,5%).

Dominująca grupa głównych organizatorów wydarzeń w szkołach wyższych i placówkach edukacyjnych to „instytucje publiczne" (62,4%). Jest to zdecydowanie więcej niż w przypadku struktury wydarzeń zrealizowanych w obiektach ogółem, gdzie „instytucje publiczne" jako główni organizatorzy odpowiedzialne były za 16,1% wydarzeń. Tylko co 10 spotkanie konferencyjne zrealizowane w obiektach „szkoły wyższe i placówki edukacyjne" na terenie województwa śląskiego zlecone/organizowane było przez firmę/korporację, podczas gdy dla obiektów ogółem udział tych zleceniodawców wyniósł 56,3%. Organizacje non-profit odpowiadają w szkołach wyższych i placówkach edukacyjnych za 27,4% wszystkich zliczonych wydarzeń biznesowych (jest to zdecydowanie więcej niż udział dla obiektów ogółem - 9,8%).

Zatem korporacje raczej rzadko wybierają szkoły wyższe i placówki edukacyjne jako miejsce swoich wydarzeń. Natomiast administracja publiczna i organizacje non-profit zdecydowanie chętniej lokują wydarzenia w tych obiektach.

19,7% wszystkich wydarzeń biznesowych zrealizowanych w szkołach wyższych i placówkach edukacyjnych zrealizowano przez zleceniodawców, którzy mają swoje siedziby w województwie śląskim. Dominująca grupa zleceniodawców miała siedzibę w innych województwach w Polsce (71,2%

wydarzeń). 9,1% wydarzeń zleconych było z zagranicy (udział tych zleceniodawców jest w szkołach wyższych i placówkach edukacyjnych większy niż dla obiektów ogółem (było to 3,0%).

W szkołach wyższych i placówkach edukacyjnych dominują wydarzenia średnie pod względem liczby uczestników (50 – 299 osób na jednym spotkaniu). Ich udział w rynku wydarzeń w tych obiektach wyniósł 59,9% (dla ogółu obiektów było to 30,8%).

W 83,2% wydarzeń biznesowych zrealizowanych w szkołach wyższych i placówkach edukacyjnych uczestnicy pochodzili także z całej Polski (udział ten dla obiektów ogółem był 51,7%), a w 7,7% wydarzeniach odnotowano także uczestników z zagranicy. Wydarzenia o charakterze lokalnym/regionalnym (uczestnicy tylko z województwa śląskiego) stanowiły tylko 5,9% wszystkich wydarzeń w szkołach wyższych i placówkach edukacyjnych.

Podsumowując, szkoły wyższe i placówki edukacyjne to miejsca najczęściej jednodniowych wydarzeń o charakterze konferencyjnym, które realizowane są raczej jednorazowo i zlecane bezpośrednio przez organizatora-zleceniodawcę. Wydarzenia biznesowe realizowane są przede wszystkim w obiektach akademickich. Dominują wśród zleceniodawców przedstawiciele instytucji publicznych z terenu całej Polski, którzy przyciągają uczestników również spoza województwa śląskiego.

3.2.4 Wydarzenia biznesowe w obiektach sportowych.

W procesie prowadzonych badań strony popytowej rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim w 2025 r. zaproszono do badania **67 obiektów sportowych** (tab. 1). Uzyskano odpowiedzi z **25 obiektów** (czyli 37,3% z zaproszonych tego rodzaju obiektów), przy czym **12 nich (czyli 48,0% z 25)** wskazało, iż w 2025 r. zrealizowało w swoich zasobach co najmniej jedno kwalifikujące się wydarzenie, a pozostałe 13 obiektów tego rodzaju (52,0% z 25) wskazało „0" kwalifikujących się wydarzeń (tab. 2).

Łączna liczba wydarzeń biznesowych zrealizowanych w 2025 r. zliczonych w badanych obiektach sportowych na terenie województwa śląskiego wyniosła **266**, które stanowiły 2,04% wydarzeń biznesowych we wszystkich obiektach ogółem (tab. 6.), a liczba uczestników wydarzeń w tych obiektach sportowych to **137 708** osób (czyli 10,99% uczestników wydarzeń biznesowych we wszystkich obiektach).

Średnia liczba uczestników w jednym kwalifikowanym do badań wydarzeniu biznesowym w obiekcie zaliczonym do grupy „sportowe" wyniosła **518 osób.**

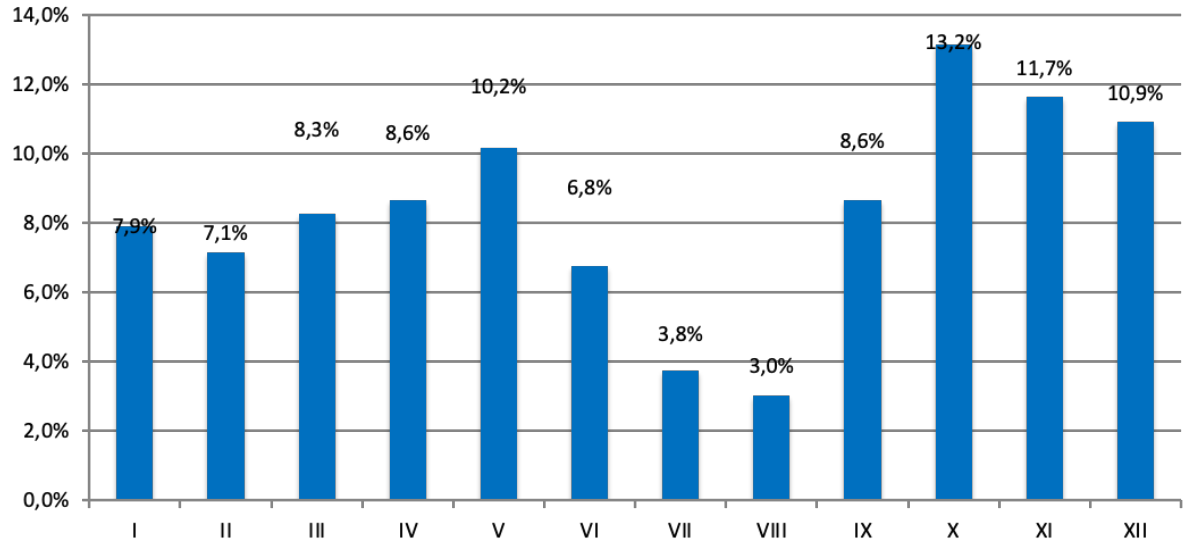
Mając na uwadze czas trwania zliczonych wydarzeń (długość mierzona liczbą dni), zauważyć można, iż łączna liczba dni konferencyjnych (tab. 6) wszystkich wydarzeń w obiektach w tej grupie (obiekty sportowe) wyniosła 330, co daje średni czas trwania jednego wydarzenia 1,24 dnia (tab. 7). Przy czym, 79,3% wydarzeń to były to spotkania biznesowe jednodniowe (tab. 13).

Analiza sezonowości popytu na rynku wydarzeń biznesowych zrealizowanych w obiektach sportowych z uwzględnieniem liczby wydarzeń (rys. 18, rys. 19), pozwala zauważyć, iż w 2025 r. najwięcej wydarzeń zrealizowano w październiku (13,2%) i listopadzie (11,7%). Najmniejszy popyt odnotowano w sierpniu (3,0%) i w lipcu (3,8% z wydarzeń w całym roku).

Analiza sezonowości popytu na rynku wydarzeń w obiektach sportowych w województwie śląskim z uwzględnieniem liczby uczestników (rys. 20, rys. 21), pozwala zauważyć, iż w 2025 r. zdecydowanie najwięcej uczestników odnotowano w lutym (15,6%), czerwcu (15,1%) i listopadzie (14,6%).

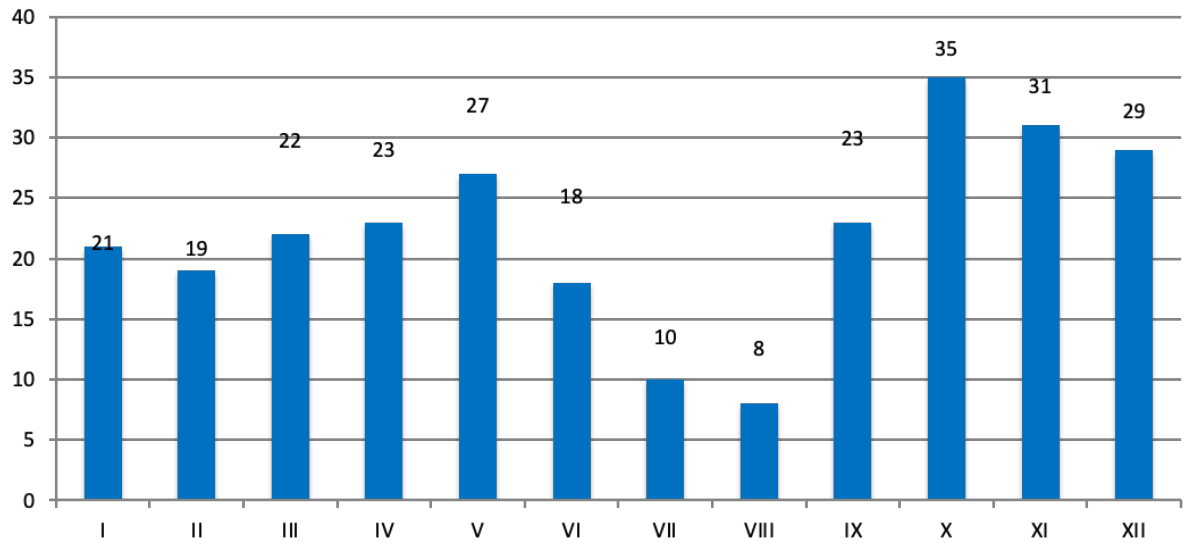
Takie przesunięcie struktury popytu zrealizowanego na rynku wydarzeń biznesowych w obiektach sportowych w województwie śląskim (mierzonego liczbą uczestników) na luty i czerwiec, względem popytu zrealizowanego w obiektach wydarzeń ogółem (tam jest wskazywany październik jako najpopularniejszy miesiąc), może być spowodowane nieco mniejszym zagospodarowaniem obiektów sportowych wydarzeniami sportowymi (w zależności od dominującej dyscypliny sportowej),

a jednocześnie posiadaniem nowoczesnej infrastruktury spotkań grupowych dla dużej liczby uczestników w krótkim czasie.



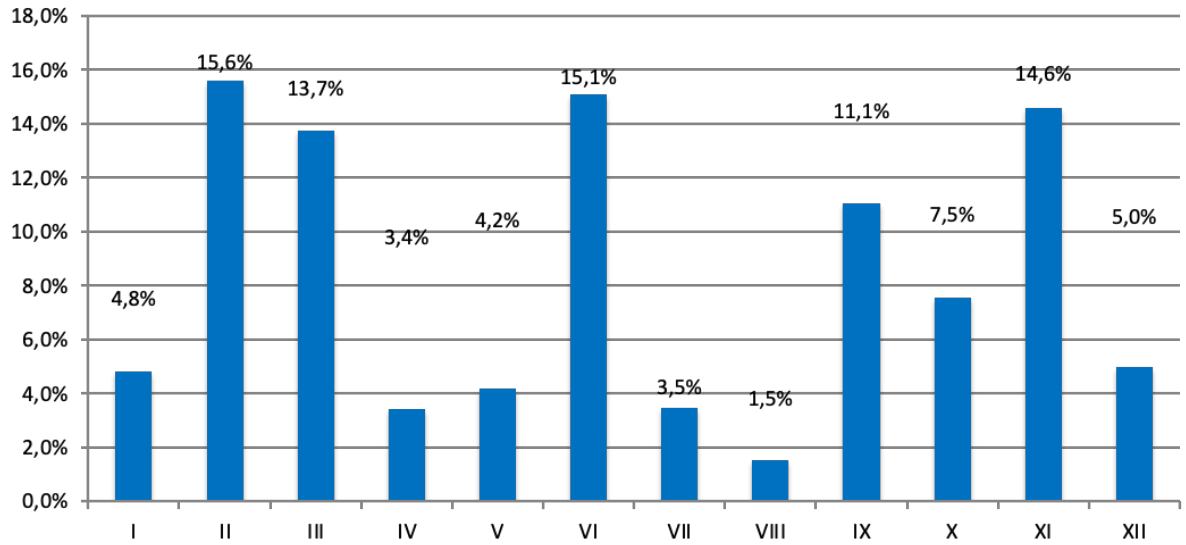
Rys. 18. Rozkład wydarzeń biznesowych w obiektach sportowych w województwie śląskim według miesięcy.

Źródło: K. Cieślikowski - badania własne



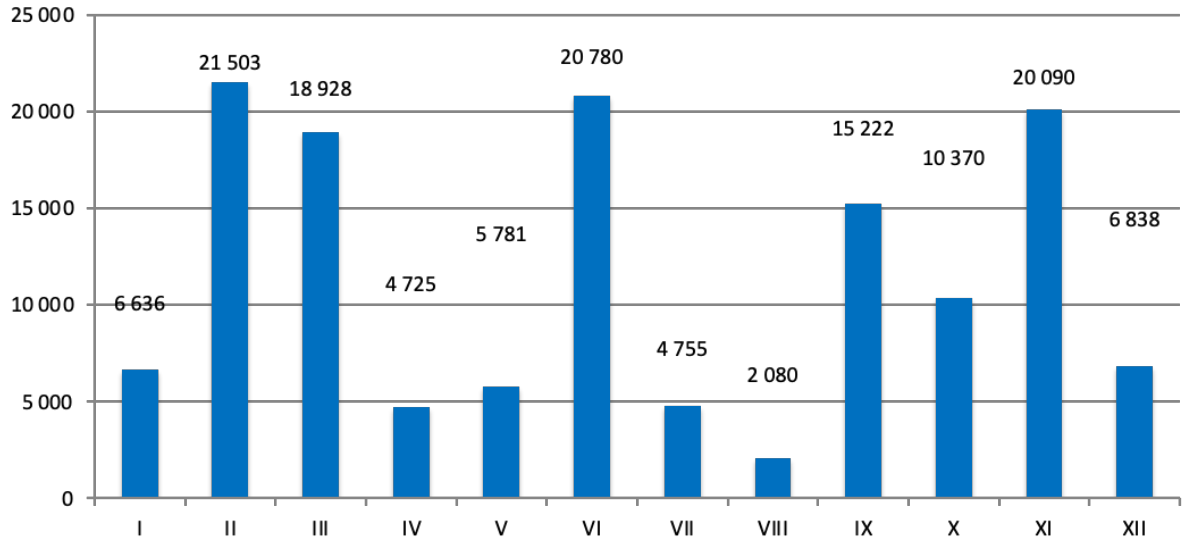
Rys. 19. Liczba wydarzeń biznesowych w obiektach sportowych w województwie śląskim według miesięcy.

Źródło: K. Cieślikowski - badania własne



Rys. 20. Rozkład uczestników wydarzeń biznesowych w obiektach sportowych w województwie śląskim według miesięcy.

Źródło: K. Cieślikowski - badania własne



Rys. 21. Liczba uczestników wydarzeń biznesowych w obiektach sportowych w województwie śląskim według miesięcy.

Źródło: K. Cieślikowski - badania własne

W obiektach sportowych województwa śląskiego dominują wydarzenia trwające 1 dzień (tzw. jednodniowe). Ich udział w ogólnej liczbie wydarzeń wyniósł w 2025 r. 79,9% (tab. 13.). Udział ten jest większy niż w przypadku wydarzeń biznesowych dla wszystkich rodzajów obiektów wydarzeń ogółem (62,9%). Wydarzenia trwające 3 dni a także 4 dni i dłużej to razem 2,2% wydarzeń biznesowych kwalifikowanych do badań w obiektach sportowych.

Tab. 13: Wydarzenia biznesowe w obiektach sportowych w województwie śląskim w 2025 r. z uwzględnieniem wybranych kryteriów podziału

Kryterium podziału	zmienne różnicujące				
czas trwania	**1 dzień**	**2 dni**	**3 dni**	**4 i dłużej**	**Razem***
liczba wydarzeń	211	49	3	3	266
%	79,3%	18,4%	1,1%	1,1%	100,0%
rodzaj wydarzenia	**Meetings**	**Incentives**	**Conventions**	**Exhibitions**	
liczba wydarzeń	104	38	76	48	266
%	39,1%	14,3%	28,6%	18,0%	100,0%
"nowości" wydarzenia	**pierwszy raz**	**powracające**			
liczba wydarzeń	72	194			266
%	27,1%	72,9%			100,0%
udział pośredników	**bezpośrednio**	**pośrednio**			
liczba wydarzeń	264	2			266
%	99,2%	0,8%			100,0%
częstotliwość	**jednorazowe**	**cykliczne**			
liczba wydarzeń	96	170			266
%	36,1%	63,9%			100,0%
główny organizator	**instytucja publiczna**	**org. społeczna i inne non-profit**	**firma/ korporacja**		
liczba wydarzeń	34	81	151		266
%	12,8%	30,5%	56,8%		100,0%
siedziby zleceniodawcy	**z województwa śląskiego**	**z innych woj. w Polsce**	**z zagranicy**		
liczba wydarzeń	226	39	1		266
%	85,0%	14,7%	0,4%		100,0%
wielkość wydarzeń	**Małe** (10-49 os)	**Średnie** (50-299 os)	**Duże** (300 - 999 os)	**Wielkie** (1000 os. i więcej)	
liczba wydarzeń	70	112	50	34	266
%	26,3%	42,1%	18,8%	12,8%	100,0%
pochodzenie uczestników	**z woj. śląskiego**	**inne w Polsce**	**zagranica**		
liczba wydarzeń	120	85	4		209
%	57,4%	40,7%	1,9%		100,0%

* liczba „razem" nie jest taka sama w poszczególnych kryteriach podziału wydarzeń biznesowych, gdyż nie wszystkie wydarzenia były wskazywane i rozpisywane przez respondentów w poszczególnych kryteriach podziału wydarzeń

Źródło: K. Cieślikowski - badania własne

Uwzględniając rodzaj wydarzenia w obiektach sportowych, zauważyć należy, iż zdecydowanie dominują spotkania typu „meetings", których udział wynosił 39,1% (jest to więcej niż dla obiektów

ogółem, gdzie udział ten wynosił 27,6%). Natomiast spotkania konferencyjne „conventions" to 28,6%. (tab. 13). Stosunkowo duży udział w liczbie wydarzeń biznesowych zrealizowanych w obiektach sportowych miały targi i wystawy („exhibitions"). W 2025 r. w obiektach sportowych stanowiły one 18,0% wszystkich biznesowych, podczas gdy dla obiektów ogółem udział tych wydarzeń wyniósł 2,5 % (tab. 3).

Analiza struktury rynku wydarzeń biznesowych zrealizowanych w obiektach sportowych z uwzględnieniem „nowości" wydarzenia dla tego obiektu, pozwala zauważyć, iż udział wydarzeń „powracających" (realizowanych ponownie w tym samym obiekcie) wynosi aż 72,9%. Jest to zdecydowanie więcej niż udział takich wydarzeń dla wszystkich rodzajów obiektów, który był na poziomie 49,8%. Wydarzenia biznesowe w obiektach sportowych, które były realizowane pierwszy raz stanowiły 27,1%, (jest to mniej niż udział dla obiektów ogółem, gdzie było to 50,2%).

Niemal wszystkie wydarzenia biznesowe w obiektach sportowych (99,2%) realizowano w bezpośrednim kontakcie z głównym zleceniodawcą/organizatorem.

36,1% wydarzeń w tych obiektach były to wydarzenia jednorazowe, a aż 63,9% to wydarzenia cykliczne (zdecydowanie większy udział niż w przypadku obiektów ogółem - 31,5%).

Dominująca grupa głównych organizatorów wydarzeń w obiektach sportowych to „firma/korporacja" (56,8% wydarzeń odnotowanych w obiektach tego rodzaju). Udział ich dla obiektów ogółem wyniósł 74,1%. Stosunkowo duży udział jest wydarzeń zleconych przez „organizacje społeczne i inne non-profit", który w 2025 r. wyniósł 30,5%, podczas gdy obiekty ogółem odnotowały udział 9,8%. Natomiast „instytucje publiczne" jako organizatorzy wydarzeń biznesowych w obiektach sportowych stanowiły 12,8% wydarzeń.

Zatem „organizacje społeczne i inne non-profit" są ważniejszym partnerem biznesowym (w zakresie realizacji wydarzeń) dla obiektów sportowych niż dla innych obiektów.

85,0% wszystkich wydarzeń biznesowych zrealizowanych w obiektach sportowych zrealizowano przez zleceniodawców, którzy mają swoje siedziby w województwie śląskim. Zleceniodawcy z siedzibą w innych województwach w Polsce odpowiadali za 14,7% wydarzeń w obiektach sportowych, a tylko 0,4% ze wszystkich wydarzeń zleconych było z zagranicy.

W obiektach sportowych najwięcej było wydarzeń średnich pod względem liczby uczestników (50 – 299 osób na jednym spotkaniu). Ich udział w rynku wydarzeń w tych obiektach wyniósł 42,1% (jest to większy udział niż dla ogółu obiektów, gdzie było to 30,8%).

W 57,4% wydarzeń biznesowych zrealizowanych w obiektach sportowych uczestnicy pochodzili tylko z województwa śląskiego, a w 40,7% zrealizowanych wydarzenia byli także uczestnicy z innych części Polski. W 1,9% wydarzeń odnotowano uczestników z zagranicy.

Podsumowując, obiekty sportowe to najczęściej miejsca krótkich wydarzeń typu „meetings" (w tym także gali, i specjalnych okazji) cyklicznych w swojej formie, które realizowane są raczej pierwszy raz w takim obiekcie. Wydarzenia zlecane są bezpośrednio przez organizatora głównego. Dominują wśród zleceniodawców przedstawiciele firm i korporacji, ale odnotowuje się stosunkowo (na tle obiektów ogółem) duży udział organizacji społecznych i innych non-profit jako organizatorów wydarzeń w obiektach sportowych. Są to średniej wielkości wydarzenia pod względem liczby uczestników, którzy mieszkają na terenie województwa śląskiego i Polski.

3.2.5 Wydarzenia biznesowe w obiektach gastronomicznych.

W procesie prowadzonych badań strony popytowej rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim w 2025 r. zaproszono do badania **258 obiektów gastronomicznych** (tab. 1.). Uzyskano odpowiedzi tylko z **13 obiektów** (czyli 5,0% z zaproszonych tego rodzaju obiektów), przy czym tylko **2 z nich (czyli 15,4% z 13)** wskazało, iż w 2025 r. zrealizowało w swoich zasobach co najmniej jedno kwalifikujące się wydarzenie, a pozostałe 11 obiektów tego rodzaju (84,6% z 13) wskazało „0" kwalifikujących się wydarzeń (tab. 2).

Łączna liczba wydarzeń biznesowych zrealizowanych w 2025 r. i zliczonych w badanych obiektach gastronomicznych na terenie województwa śląskiego wyniosła **18**, które stanowiły 0,14% wydarzeń biznesowych we wszystkich obiektach ogółem (tab. 6.), a liczba uczestników wydarzeń w tych obiektach sportowych to **600** osób (czyli 0,05% uczestników wydarzeń biznesowych we wszystkich obiektach).

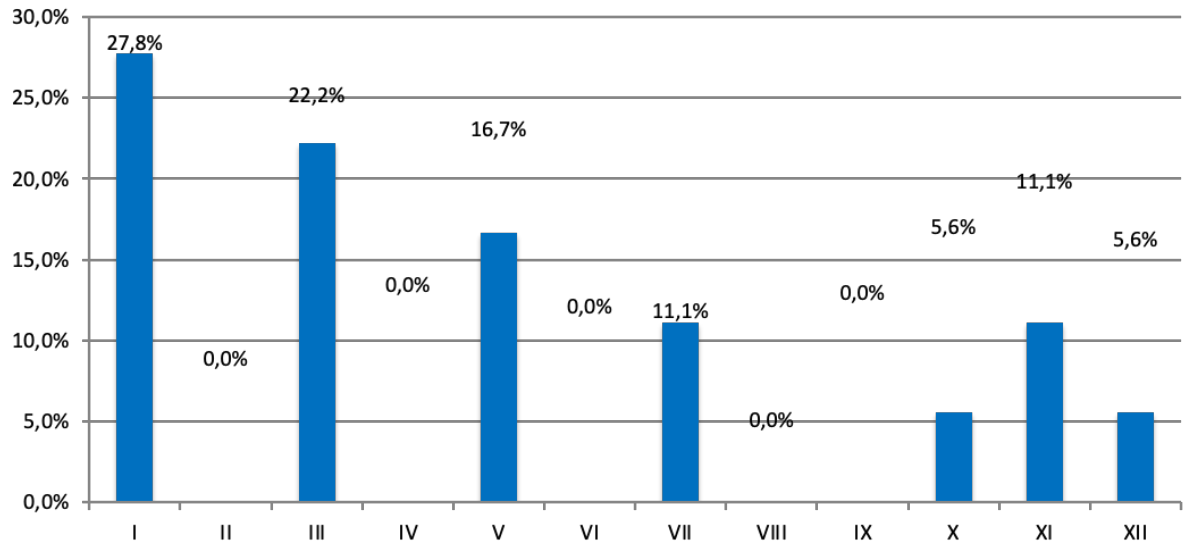
Średnia liczba uczestników w jednym kwalifikowanym do badań wydarzeniu biznesowym w obiekcie gastronomicznym wyniosła **33 osoby.**

Mając na uwadze czas trwania zliczonych wydarzeń (długość mierzona liczbą dni), zauważyć można, iż łączna liczba dni konferencyjnych (tab. 6) wszystkich wydarzeń w obiektach gastronomicznych wyniosła 29, co daje średni czas trwania jednego wydarzenia 1,61 dnia (tab. 7). Przy czym, 63,2% wydarzeń to były wydarzenia biznesowe jednodniowe (tab. 13.).

Analiza sezonowości popytu na rynku wydarzeń biznesowych zrealizowanych w obiektach gastronomicznych z uwzględnieniem liczby wydarzeń (rys. 22, rys. 23), pozwala zauważyć, iż w 2025 r. najwięcej kwalifikujących się wydarzeń biznesowych w obiektach tego rodzaju zrealizowano w styczniu (27,8%) i marcu (22,7%).

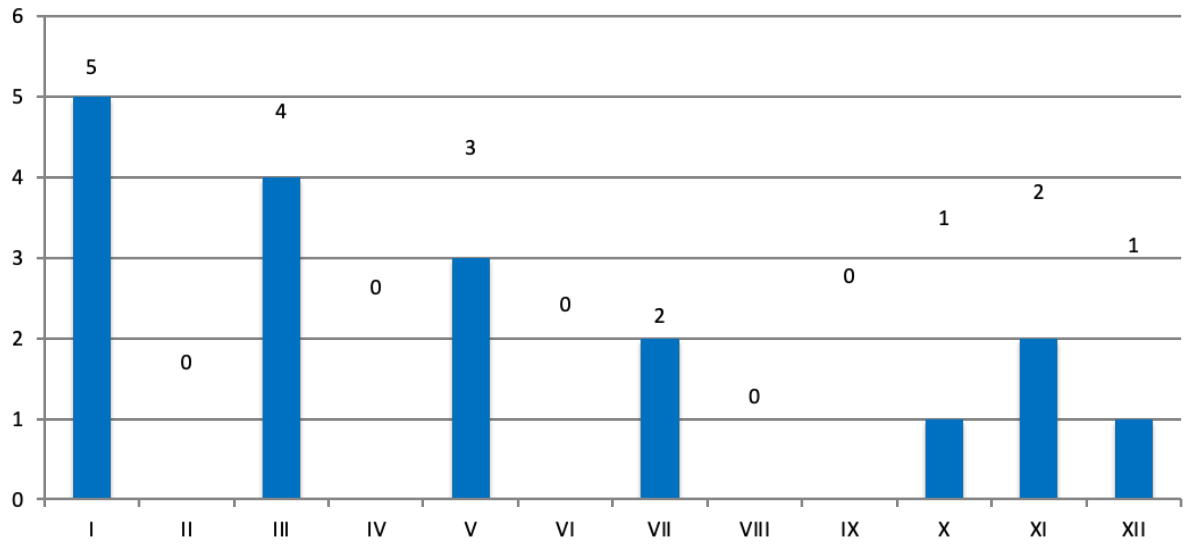
Analiza sezonowości popytu na rynku wydarzeń biznesowych w obiektach gastronomicznych w województwie śląskim z uwzględnieniem liczby uczestników (rys. 24, rys. 25), pozwala zauważyć (na stosunkowo niewielkiej grupie udzielających odpowiedzi obiektów), iż w 2025 r. zdecydowanie najwięcej uczestników spotkań biznesowych odnotowano w styczniu (41,7%). Takie przesunięcie struktury popytu zrealizowanego na rynku wydarzeń biznesowych w obiektach gastronomicznych w województwie śląskim (mierzonego liczbą wydarzeń i liczbą uczestników) na miesiąc **styczeń**, względem popytu zrealizowanego w obiektach wydarzeń ogółem (tam wskazywany jest październik jako najpopularniejszy miesiąc), może być spowodowane mniejszym obłożeniem obiektów

gastronomicznych wydarzeniami prywatnymi/ okolicznościowymi, które prawdopodobnie stanowią główną część oferty tych obiektów.



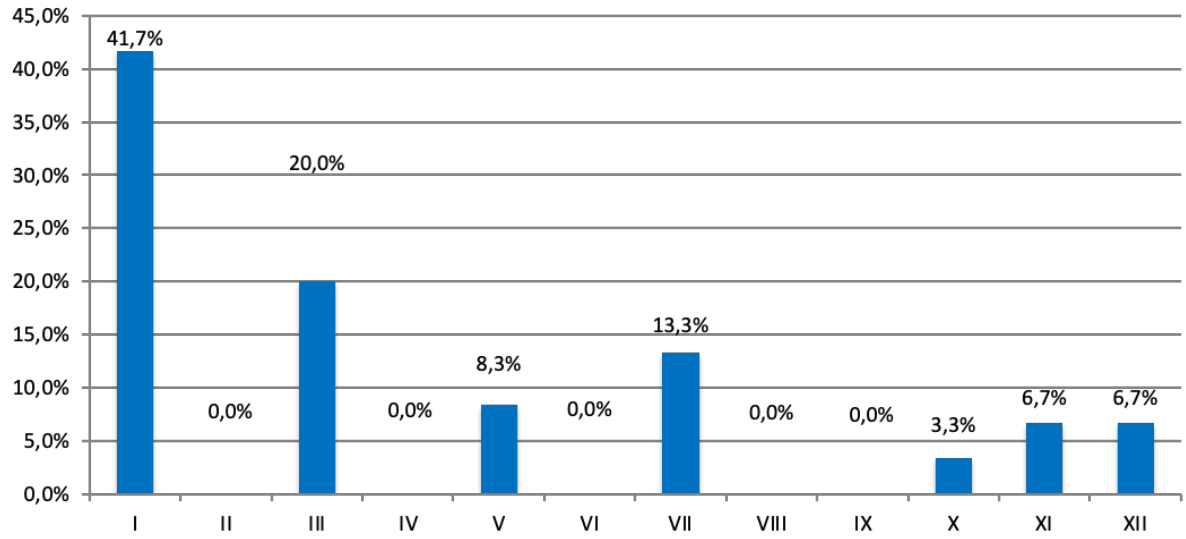
Rys. 22. Rozkład wydarzeń biznesowych w obiektach gastronomicznych w województwie śląskim według miesięcy.

Źródło: K. Cieślikowski - badania własne



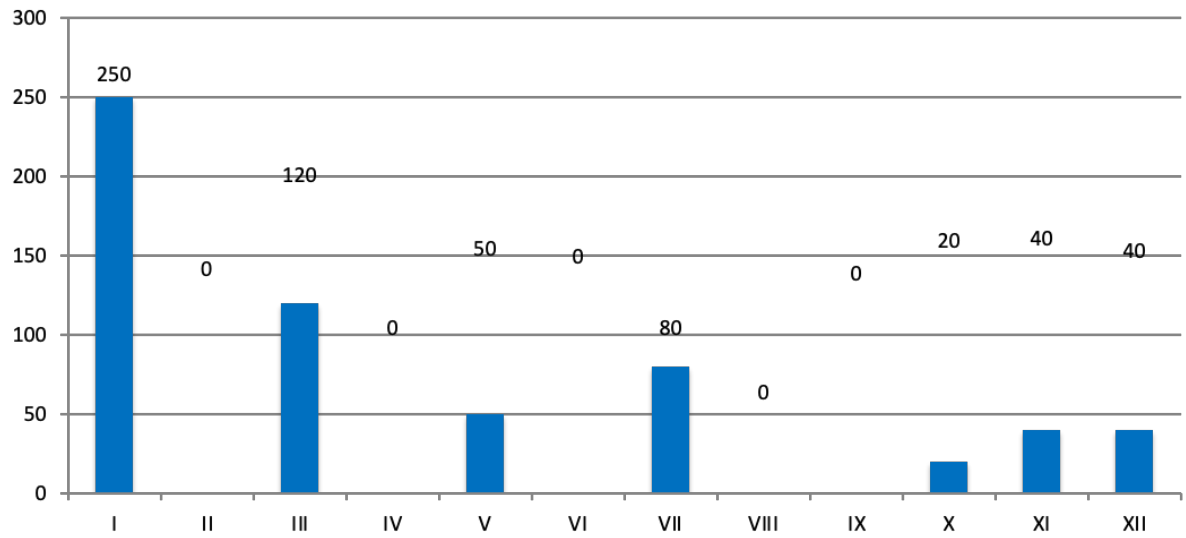
Rys. 23. Liczba wydarzeń biznesowych w obiektach gastronomicznych w województwie śląskim według miesięcy.

Źródło: K. Cieślikowski - badania własne



Rys. 24. Rozkład uczestników wydarzeń biznesowych w obiektach gastronomicznych w województwie śląskim według miesięcy.

Źródło: K. Cieślikowski - badania własne



Rys. 25. Liczba uczestników wydarzeń biznesowych w obiektach gastronomicznych w województwie śląskim według miesięcy.

Źródło: K. Cieślikowski - badania własne

W obiektach gastronomicznych województwa śląskiego dominują wydarzenia trwające 1 dzień (tzw. jednodniowe). Ich udział w ogólnej liczbie odnotowanych wydarzeń wyniósł w 2025 r. 61,1% (tab. 14.). Wydarzenia trwające 4 dni i dłużej w ogóle nie zostały odnotowane w obiektach gastronomicznych.

Tab. 14: Wydarzenia biznesowe w obiektach gastronomicznych w województwie śląskim w 2025 r. z uwzględnieniem wybranych kryteriów podziału

Kryterium podziału	zmienne różnicujące				
czas trwania	**1 dzień**	**2 dni**	**3 dni**	**4 i dłużej**	**Razem***
liczba wydarzeń	11	3	4	0	18
%	61,1%	16,7%	22,2%	0,0%	100,0%
rodzaj wydarzenia	**Meetings**	**Incentives**	**Conventions**	**Exhibitions**	
liczba wydarzeń	15	2	1	0	18
%	83,3%	11,1%	5,6%	0,0%	100,0%
"nowości" wydarzenia	**pierwszy raz**	**powracające**			
liczba wydarzeń	0	18			18
%	0,0%	100,0%			100,0%
udział pośredników	**bezpośrednio**	**pośrednio**			
liczba wydarzeń	18	0			18
%	100,0%	0,0%			100,0%
częstotliwość	**jednorazowe**	**cykliczne**			
liczba wydarzeń	2	16			18
%	11,1%	88,9%			100,0%
główny organizator	**instytucja publiczna**	**org. społeczna i inne non-profit**	**firma/ korporacja**		
liczba wydarzeń	2	0	16		18
%	11,1%	0,0%	88,9%		100,0%
siedziby zleceniodawcy	**z województwa śląskiego**	**z innych woj. w Polsce**	**z zagranicy**		
liczba wydarzeń	15	3	0		18
%	83,3%	16,7%	0,0%		100,0%
wielkość wydarzeń	**Małe** (10-49 os)	**Średnie** (50-299 os)	**Duże** (300 - 999 os)	**Wielkie** (1000 os. i więcej)	
liczba wydarzeń	14	4	0	0	18
%	77,8%	22,2%	0,0%	0,0%	100,0%
pochodzenie uczestników	**z woj. śląskiego**	**inne w Polsce**	**zagranica**		
liczba wydarzeń	0	2	0		2
%	0,0%	100,0%	0,0%		100,0%

* liczba „razem" nie jest taka sama w poszczególnych kryteriach podziału wydarzeń biznesowych, gdyż nie wszystkie wydarzenia były wskazywane i rozpisywane przez respondentów w poszczególnych kryteriach podziału wydarzeń

Źródło: K. Cieślikowski - badania własne

Uwzględniając rodzaj wydarzenia w obiektach gastronomicznych, zauważyć należy, iż zdecydowanie dominują spotkania typu „meetings" (spotkania zamknięte, gale, okazje firmowe, itp..), których udział wynosił 84,2% (jest to więcej niż dla obiektów ogółem, gdzie udział ten wynosił 27,6%). Natomiast spotkania konferencyjne „conventions" to tylko 5,3%. (tab. 14). W ogóle nie odnotowano w obiektach gastronomicznych targów i wystaw („exhibitions").

Analiza struktury rynku wydarzeń biznesowych zrealizowanych w obiektach gastronomicznych z uwzględnieniem „nowości" wydarzenia dla tego obiektu, pozwala zauważyć, iż udział wydarzeń „powracających" (realizowanych ponownie w tym samym obiekcie) wynosi 100,00%. W obiektach gastronomicznych w ogóle nie odnotowano kwalifikujących się do badań wydarzeń biznesowych, które były realizowane pierwszy raz.

Wszystkie wydarzenia biznesowe w obiektach gastronomicznych zrealizowano w bezpośrednim kontakcie z głównym zleceniodawcą/organizatorem. Nie było wydarzeń zleconych i organizowanych przez wyspecjalizowane agencje eventowe (tzw. „pośredników"). 11,1% wydarzeń w tych obiektach były to wydarzenia jednorazowe, a 88,9% to wydarzenia cykliczne.

Dominująca grupa głównych organizatorów wydarzeń w obiektach gastronomicznych to podobnie jak w pozostałych rodzajach obiektów wydarzeń „firma/korporacja". Przy czym udział tego zleceniodawcy w ogólnej liczbie wydarzeń biznesowych w obiektach gastronomicznych wyniósł 88,9%. 11,1% wydarzeń zleciły „instytucje publiczne". W ogóle nie odnotowano w obiektach gastronomicznych kwalifikowanych wydarzeń biznesowych zleconych przez organizacje społeczne i inne non-profit.

83,3% wszystkich wydarzeń biznesowych zrealizowanych w obiektach gastronomicznych zrealizowano przez zleceniodawców, którzy mają swoje siedziby w województwie śląskim. Zleceniodawcy z siedzibą w innych województwach w Polsce odpowiadali za 16,7% wydarzeń w obiektach sportowych, a wydarzeń zleconych z zagranicy nie było.

W obiektach gastronomicznych najwięcej odnotowano wydarzeń małych pod względem liczby uczestników (10 – 49 osób na jednym spotkaniu). Ich udział w rynku wydarzeń w tych obiektach wyniósł 77,8%. Managerowie obiektów gastronomicznych tylko w dwóch wydarzeniach wskazali pochodzenie uczestników. W obu przypadkach odnotowano uczestników także z różnych innych województw w Polsce.

Podsumowując, obiekty gastronomiczne stanowią specyficzną grupę obiektów wydarzeń biznesowych. Na 258 obiektów tego rodzaju zaproszonych do badania odpowiedziało tylko 5%, a ostatecznie tylko 2 obiekty wykazały liczby wydarzeń zrealizowanych w swoich zasobach (1 i więcej

wydarzeń)[39]. Największy popyt na rynku wydarzeń biznesowych odnotowują te obiekty w styczniu. Koncentrują się na wydarzeniach raczej krótkich (jednodniowe), typu „meetings", które realizowane są z tymi samymi partnerami biznesowymi (tzw. wydarzenia „powracające"), zlecane bezpośrednio przez głównych organizatorów. Są to wydarzenia głównie cykliczne dla firm/korporacji z województwa śląskiego. Raczej małe pod względem liczby uczestników, którzy przyjeżdżają także z innych województw Polski.

[39] Z uwagi na mały udział obiektów udzielających odpowiedzi, a także bardzo mały udział liczby wydarzeń i uczestników, warto w przyszłych badaniach rozważyć zmianę metodyki badania tej grupy lub jej wykluczenie, gdyż liczba kwalifikujących wydarzeń (4 h i dłużej w celach biznesowych) i uczestników tych wydarzeń jest znikoma na tle obiektów ogółem.

3.2.6 Wydarzenia biznesowe w centrach konferencyjnych i wystawienniczych.

W procesie prowadzonych badań strony popytowej rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim w 2025 r. zaproszono do badania **37 centrów konferencyjnych i wystawienniczych** (tab. 1.). Uzyskano odpowiedzi z **8 obiektów** (czyli 21,6% z zaproszonych tego rodzaju obiektów), przy czym **6 nich** (czyli 75,0% z 8) wskazało, iż w 2025 r. zrealizowało w swoich zasobach co najmniej jedno kwalifikujące się wydarzenie, a pozostałe 2 obiekty tego rodzaju (czyli 25,0% z 8) wskazało „0" kwalifikujących się wydarzeń (tab. 2).

Łączna liczba wydarzeń biznesowych zrealizowanych w 2025 r. zliczonych w badanych obiektach „centra konferencyjne i wystawiennicze" na terenie województwa śląskiego wyniosła **524**, które stanowiły 4,03% wydarzeń biznesowych we wszystkich obiektach ogółem (tab. 6), a liczba uczestników wydarzeń w tych centrach konferencyjnych i wystawienniczych to **442 121** osób (czyli 35,27% uczestników wydarzeń biznesowych we wszystkich obiektach). Jest to najwięcej na tle innych rodzajów obiektów wydarzeń biznesowych.

Średnia liczba uczestników w jednym kwalifikowanym do badań wydarzeniu biznesowym w obiekcie zaliczonym do grupy „centra konferencyjne i wystawiennicze" wyniosła **844 osób** (tab. 7).

Przy czym warto zwrócić uwagę, iż największe centrum kongresowe w Polsce - MCK Katowice (Międzynarodowe Centrum Kongresowe w Katowicach), wykazało 151 kwalifikowanych do tego raportu wydarzeń biznesowych, w których uczestniczyło stacjonarnie 428 922 osób. Oznacza to, że wartości średnie wydarzeń wykazanych przez obiekty zaliczone do grupy „centra konferencyjne i wystawiennicze" (w tym także centra szkoleniowe, konferencyjne, itp.) są inne dla pozostałych obiektów z tej grupy obiektów i należy do uwzględnić przy doszacowywaniu wielkości rynku wydarzeń (patrz tab. 17 i zał. 12)

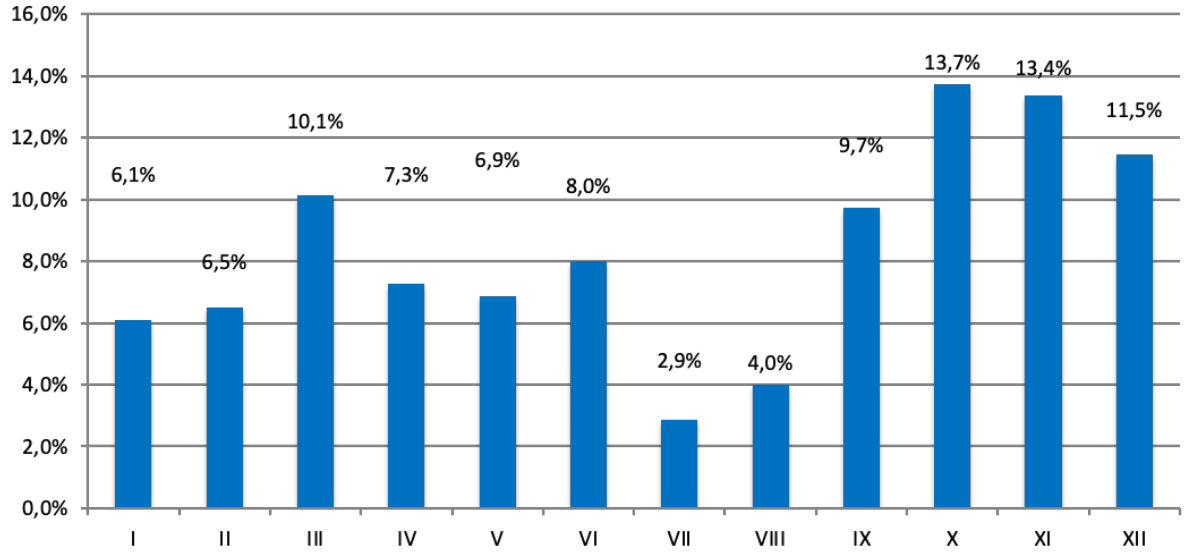
Średnia liczba uczestników w jednym wydarzeniu w MCK Katowice w 2025 r. wyniosła 2 841 osoby. Podczas, gdy dla pozostałych obiektów „centra konferencyjne i kongresowe", które zrealizowały ogółem 373 wydarzenia biznesowe, w których uczestniczyło 13 199 osób, średnia liczba uczestników wyniosła w 2025 r. w jednym obiekcie „centrum konferencyjne i wystawiennicze" (bez wartości MCK Katowice) wyniosła 35 osób (patrz zał. 12).

Mając na uwadze czas trwania zliczonych wydarzeń (długość mierzona liczbą dni), zauważyć można, iż łączna liczba dni konferencyjnych (tab. 6) wszystkich wydarzeń w centrach konferencyjnych i wystawienniczych wyniosła 1 073, co daje średni czas trwania jednego wydarzenia 2,05 dnia (tab. 7). Przy czym, 53,1% wydarzeń to były to spotkania biznesowe jednodniowe (tab. 15).

Analiza sezonowości popytu na rynku wydarzeń biznesowych zrealizowanych **w centrach konferencyjnych i wystawienniczych** z uwzględnieniem liczby wydarzeń (rys. 26, rys. 27), pozwala zauważyć, iż w 2025 r. najwięcej wydarzeń zrealizowano październiku (13,7%) i listopadzie (13,4%). Najmniejszy popyt odnotowano w lipcu (2,9% z wydarzeń w całym roku) i sierpniu (4,0%).

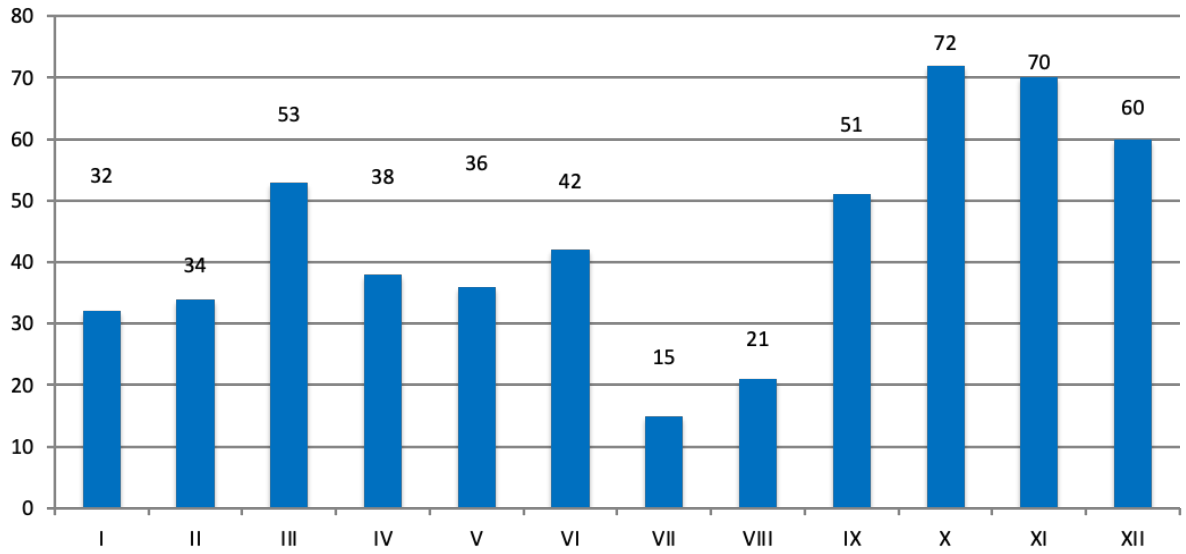
Analiza sezonowości popytu na rynku wydarzeń **w centrach konferencyjnych i wystawienniczych** w województwie śląskim z uwzględnieniem liczby uczestników (rys. 28, rys. 29), pozwala zauważyć, iż w 2025 r. najwięcej uczestników odnotowano w listopadzie (22,5%), i grudniu (20,2%).

Takie przesunięcie struktury popytu zrealizowanego na rynku wydarzeń biznesowych **w centrach konferencyjnych i wystawienniczych** w województwie śląskim (mierzonego liczbą uczestników) na listopad i grudzień, względem popytu zrealizowanego w obiektach wydarzeń ogółem (tam jest wskazywany październik jako najpopularniejszy miesiąc), może być spowodowane intensyfikowaniem rozmów służbowych, naukowych i innych biznesowych przez różne podmioty gospodarki narodowej w Polsce i regionie (szczególnie w odniesieniu do podsumowania mijającego roku i otwarcia nowych planów).



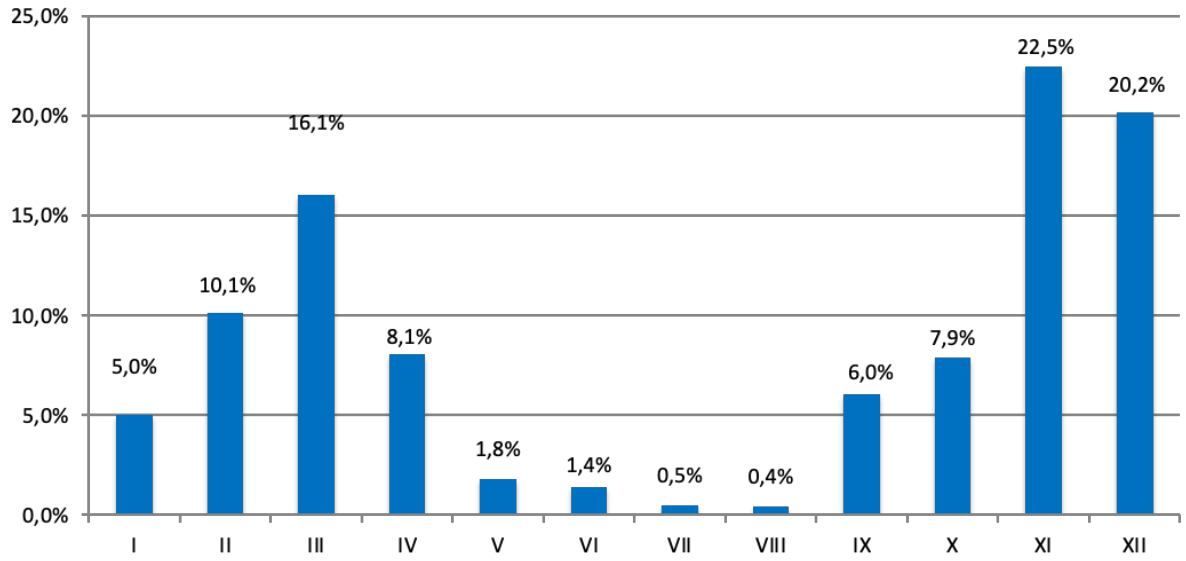
Rys. 26. Rozkład wydarzeń biznesowych w centrach konferencyjnych i wystawienniczych w województwie śląskim według miesięcy.

Źródło: K. Cieślikowski - badania własne



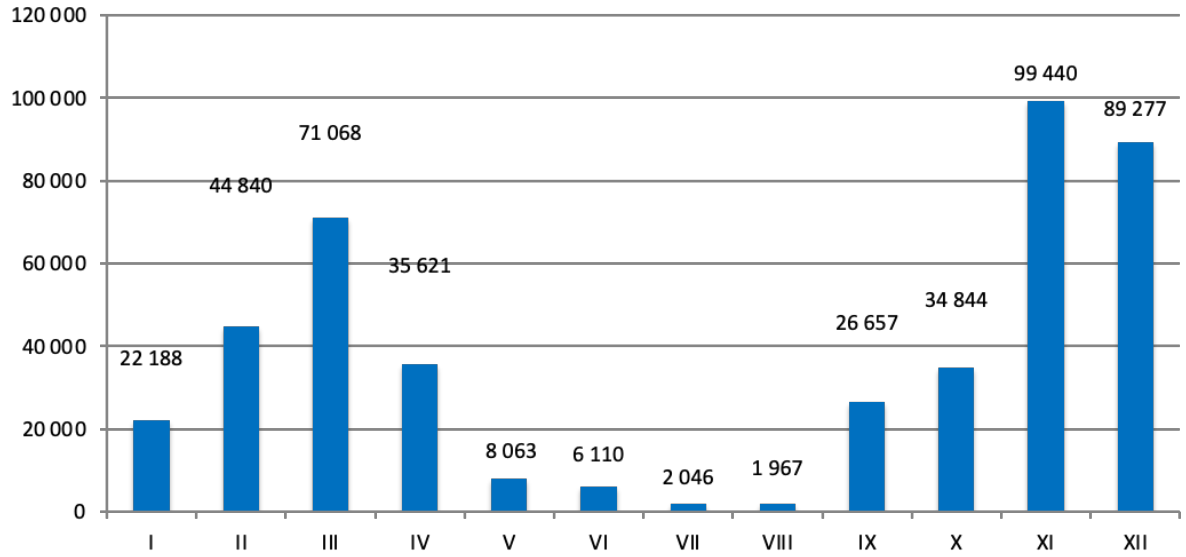
Rys. 27. Liczba wydarzeń biznesowych w centrach konferencyjnych i wystawienniczych w województwie śląskim według miesięcy.

Źródło: K. Cieślikowski - badania własne



Rys. 28. Rozkład uczestników wydarzeń biznesowych w centrach konferencyjnych i wystawienniczych w województwie śląskim według miesięcy.

Źródło: K. Cieślikowski - badania własne



Rys. 29. Liczba uczestników wydarzeń biznesowych w centrach konferencyjnych i wystawienniczych w województwie śląskim według miesięcy.

Źródło: K. Cieślikowski - badania własne

W **centrach konferencyjnych i wystawienniczych** województwa śląskiego połowa niemal wydarzeń trwaja 1 dzień (tzw. jednodniowe). Ich udział w ogólnej liczbie wydarzeń wyniósł w 2025 r. 53,1% (tab. 15.). Należy zauważyć, iż w obiektach tego rodzaju udział wydarzeń trwających 4 dni i dłużej wyniósł aż 25,0%. Udział ten jest zdecydowanie większy niż w przypadku wydarzeń biznesowych dla

wszystkich rodzajów obiektów wydarzeń ogółem (4 dni i dłuższe wydarzenia stanowiły 4,0% - patrz tab. 3).

Tab. 15: Wydarzenia biznesowe w centrach konferencyjnych i wystawienniczych w województwie śląskim w 2025 r. z uwzględnieniem wybranych kryteriów podziału

Kryterium podziału	zmienne różnicujące				
czas trwania	**1 dzień**	**2 dni**	**3 dni**	**4 i dłużej**	**Razem***
liczba wydarzeń	278	74	41	131	524
%	53,1%	14,1%	7,8%	25,0%	100,0%
rodzaj wydarzenia	**Meetings**	**Incentives**	**Conventions**	**Exhibitions**	
liczba wydarzeń	59	70	347	48	524
%	11,3%	13,4%	66,2%	9,2%	100,0%
"nowości" wydarzenia	**pierwszy raz**	**powracające**			
liczba wydarzeń	107	417			524
%	20,4%	79,6%			100,0%
udział pośredników	**bezpośrednio**	**pośrednio**			
liczba wydarzeń	493	31			524
%	94,1%	5,9%			100,0%
częstotliwość	**jednorazowe**	**cykliczne**			
liczba wydarzeń	214	310			524
%	40,8%	59,2%			100,0%
główny organizator	**instytucja publiczna**	**org. społeczna i inne non-profit**	**firma/ korporacja**		
liczba wydarzeń	78	29	417		524
%	14,9%	5,5%	79,6%		100,0%
siedziby zleceniodawcy	**z województwa śląskiego**	**z innych woj. w Polsce**	**z zagranicy**		
liczba wydarzeń	340	167	17		524
%	64,9%	31,9%	3,2%		100,0%
wielkość wydarzeń	**Małe** (10-49 os)	**Średnie** (50-299 os)	**Duże** (300 - 999 os)	**Wielkie** (1000 os. i więcej)	
liczba wydarzeń	302	115	47	60	524
%	57,6%	21,9%	9,0%	11,5%	100,0%
pochodzenie uczestników	**z woj. śląskiego**	**inne w Polsce**	**zagranica**		
liczba wydarzeń	150	187	31		368
%	40,8%	50,8%	8,4%		100,0%

* liczba „razem" nie jest taka sama w poszczególnych kryteriach podziału wydarzeń biznesowych, gdyż nie wszystkie wydarzenia były wskazywane i rozpisywane przez respondentów w poszczególnych kryteriach podziału wydarzeń

Źródło: K. Cieślikowski - badania własne

Uwzględniając rodzaj wydarzenia **w centrach konferencyjnych i wystawienniczych**, zauważyć należy, iż zdecydowanie dominują spotkania typu „conventions", których udział wynosił 66,2% (jest to więcej niż dla obiektów ogółem, gdzie udział ten wynosił 44,9%). Natomiast wydarzenia biznesowe wystawowe „exhibitions" to 9,2%. (tab. 15). Jest to większy udział niż dla obiektów ogółem (2,5 % - patrz tab. 3).

Analiza struktury rynku wydarzeń biznesowych zrealizowanych w centrach konferencyjnych i wystawienniczych z uwzględnieniem „nowości" wydarzenia dla tego obiektu, pozwala zauważyć, iż udział wydarzeń „powracających" (realizowanych ponownie w tym samym obiekcie) wynosi aż 79,6%. Jest to zdecydowanie więcej niż udział takich wydarzeń dla wszystkich rodzajów obiektów, który był na poziomie 49,8%. Wydarzenia biznesowe w centrach konferencyjnych i wystawowych, które były realizowane pierwszy raz stanowiły 20,4%, (jest to mniej niż udział dla obiektów ogółem, gdzie było to 50,2%).

Niemal wszystkie wydarzenia biznesowe w centrach konferencyjnych i wystawowych (94,1%) realizowano w bezpośrednim kontakcie z głównym zleceniodawcą/organizatorem.

40,8% wydarzeń w tych obiektach były to wydarzenia jednorazowe, a aż 59,2% to wydarzenia cykliczne (zdecydowanie większy udział niż w przypadku obiektów ogółem - 31,5%).

Dominująca grupa głównych organizatorów wydarzeń w centach konferencyjnych i wystawienniczych to „firma/korporacja" (79,6% wydarzeń odnotowanych w obiektach tego rodzaju). Natomiast „instytucje publiczne" jako organizatorzy wydarzeń biznesowych w obiektach „centra konferencyjne i wystawiennicze" zrealizowały 14,9% odnotowanych tam wydarzeń.

64,9% wszystkich wydarzeń biznesowych zrealizowanych w centrach konferencyjnych i wystawienniczych zrealizowano przez zleceniodawców, którzy mają swoje siedziby w województwie śląskim. Zleceniodawcy z siedzibą w innych województwach w Polsce odpowiadali za 31,9% wydarzeń w tych obiektach, a z zagranicy tylko 3,2%.

W centrach konferencyjnych i wystawienniczych najwięcej było wydarzeń małych pod względem liczby uczestników (10 – 49 osób na jednym spotkaniu). Ich udział w rynku wydarzeń w tych obiektach wyniósł 57,6%. Natomiast warto zauważyć, iż udział wydarzeń wielkich (1000 osób i więcej) wyniósł w centrach konferencyjnych i wystawienniczych 11,5% (w 2025 r. odnotowano 60 wydarzeń), podczas gdy dla ogółu obiektów było to 1,1% (ogółem odnotowano 126 wydarzeń). Oznacza to, że połowa wielkich wydarzeń biznesowych w województwie śląskim zrealizowana została w centrach konferencyjnych i wystawienniczych w regionie.

W 50,8% wydarzeń biznesowych zrealizowanych w obiektach tego typu uczestnicy pochodzili z różnych województw całej Polski. W przypadku 8,4% wydarzeń odnotowano uczestników także z zagranicy.

Podsumowując, centra konferencyjne i wystawiennicze to miejsca w których co czwarte wydarzenie trwało 4 dni lub dłużej. Jednodniowe stanowiły 53,1%. Dominowały wydarzenia o charakterze kongresowym i konferencyjnym („conventions"), które realizowane są raczej ponownie w tym samym obiekcie. Wydarzenia zlecane są bezpośrednio przez organizatora głównego, którym są głównie firmy/korporacje. 11,5% wydarzeń jest wielkich pod względem liczby uczestników (1000 osób i więcej), którzy w większości wydarzeń pochodzą nie tylko z województwa śląskiego. Liczby i struktura popytu wydarzeń biznesowych w grupie „centra konferencyjne i wystawiennicze" w województwie śląskim są zdominowane przez wydarzenia zrealizowane w największym obiekcie wydarzeń biznesowych w Polsce (Międzynarodowe Centrum Kongresowe w Katowicach).

3.2.7 Wydarzenia biznesowe w innych obiektach

W procesie prowadzonych badań strony popytowej rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim w 2025 r. zaproszono do badania także **11 innych obiektów** (tab. 1.). Uzyskano odpowiedzi z **7 takich obiektów** (czyli 63,6% z zaproszonych do badania), przy czym **6 nich** (czyli 85,7% z 7) wskazało, iż w 2025 r. zrealizowało w swoich zasobach co najmniej jedno kwalifikujące się wydarzenie, a 1 obiekt tego rodzaju (14,3% z 7) wskazał „0" kwalifikujących się wydarzeń (tab. 2).

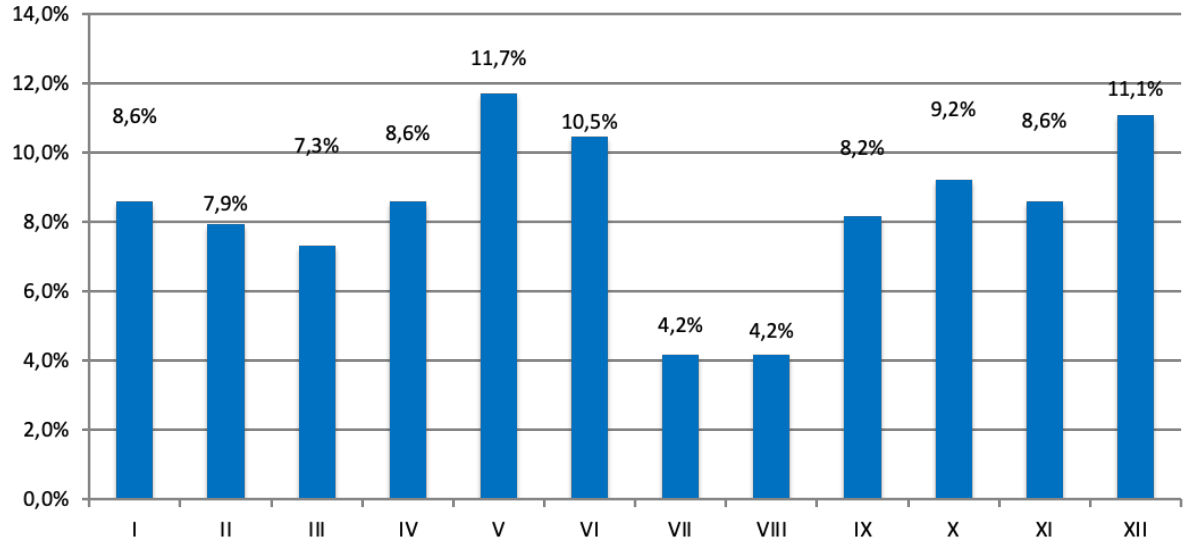
Łączna liczba wydarzeń biznesowych zrealizowanych w 2025 r. zliczonych w innych obiektach wydarzeń znajdujących się na terenie województwa śląskiego wyniosła **478** (tab. 6.). Stanowiły one 3,67% wydarzeń w obiektach ogółem. Liczba uczestników wydarzeń w innych obiektach to **43 872** osób (czyli 3,50% uczestników wydarzeń biznesowych we wszystkich obiektach). Średnia liczba uczestników w jednym kwalifikującym się do badań wydarzeniu biznesowym w obiekcie zaliczonym do grupy „inne obiekty" wyniosła **92 osoby** (tab. 7.).

Mając na uwadze czas trwania zliczonych wydarzeń (długość mierzona liczbą dni), zauważyć można, iż łączna liczba dni konferencyjnych (tab. 6) wszystkich wydarzeń w innych obiektach wydarzeń biznesowych wyniosła 613, co daje średni czas trwania jednego wydarzenia 1,28 dnia (tab. 7). Przy czym, 83,6% wydarzeń były to spotkania biznesowe jednodniowe (tab. 16.).

Analiza sezonowości popytu na rynku wydarzeń biznesowych zrealizowanych **w innych obiektach** z uwzględnieniem liczby wydarzeń (rys. 30., rys. 31.), pozwala zauważyć, iż w 2025 r. najwięcej wydarzeń zrealizowano maju (11,7%) i grudniu (11,2%). Najmniejszy popyt odnotowano w lipcu (4,2 % z wydarzeń w całym roku) i sierpniu (4,2%).

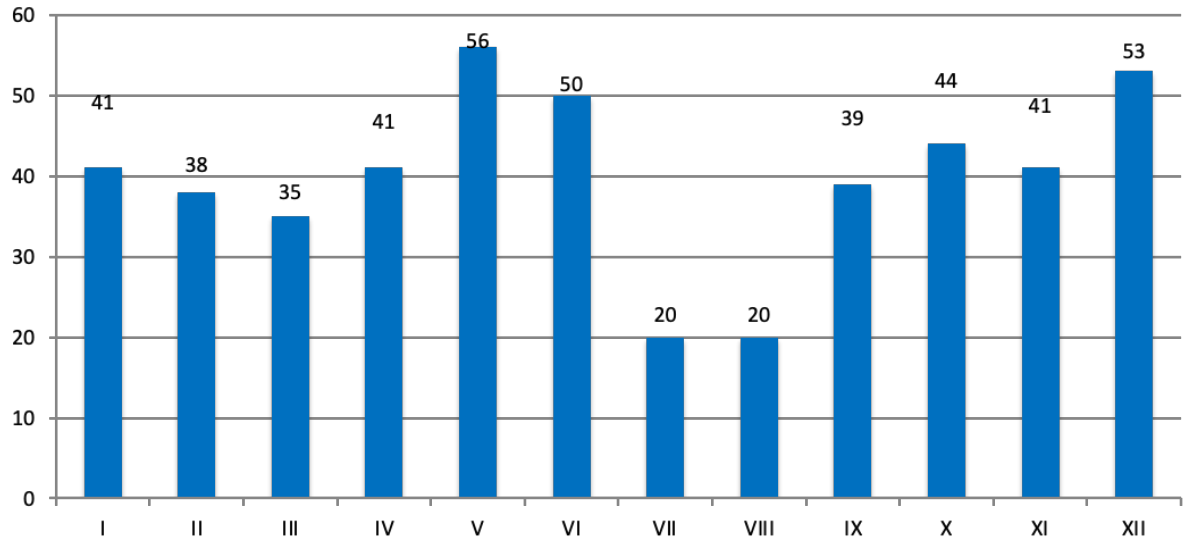
Analiza sezonowości popytu na rynku wydarzeń biznesowych **w innych obiektach** w województwie śląskim z uwzględnieniem liczby uczestników (rys. 32, rys. 33), pozwala zauważyć, iż w 2025 r. najwięcej uczestników odnotowano w czerwcu (19,6%), i maju (17,1% z całego roku).

Taka sezonowość popytu zrealizowanego na rynku wydarzeń biznesowych **w „innych obiektach"** w województwie śląskim (mierzonego liczbą uczestników) na maj i czerwiec oznacza zmianę względem popytu zrealizowanego w obiektach wydarzeń ogółem (tam jest wskazywany październik jako najpopularniejszy miesiąc).



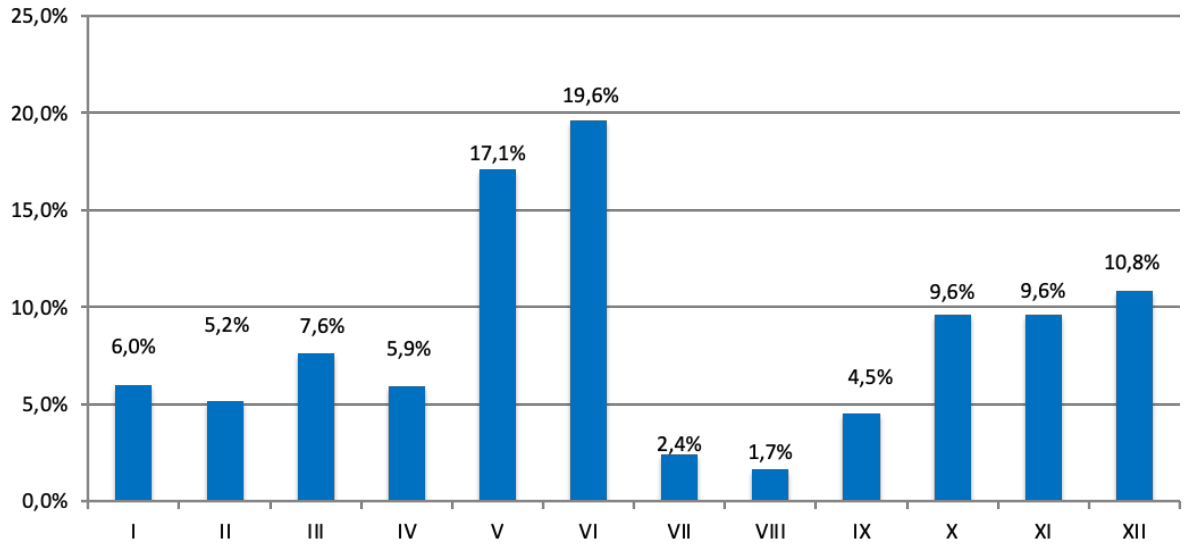
Rys. 30. Rozkład wydarzeń biznesowych w innych obiektach w województwie śląskim według miesięcy.

Źródło: K. Cieślikowski - badania własne



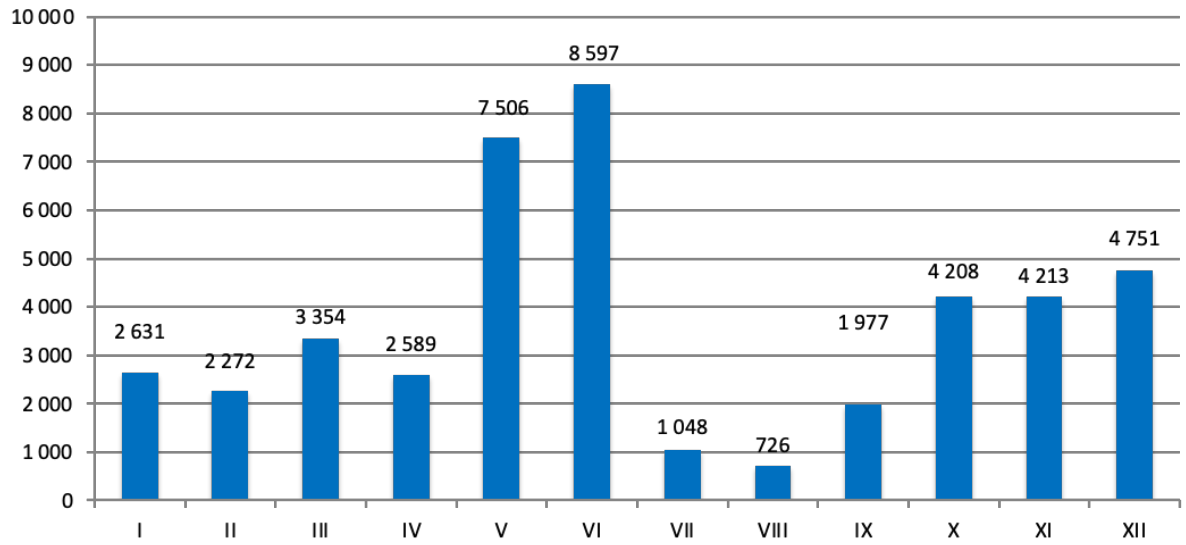
Rys. 31. Liczba wydarzeń biznesowych w innych obiektach w województwie śląskim według miesięcy.

Źródło: K. Cieślikowski - badania własne



Rys. 32. Rozkład uczestników wydarzeń biznesowych w innych obiektach w województwie śląskim według miesięcy.

Źródło: K. Cieślikowski - badania własne



Rys. 33. Liczba uczestników wydarzeń biznesowych w innych obiektach w województwie śląskim według miesięcy.

Źródło: K. Cieślikowski - badania własne

W **innych obiektach** województwa śląskiego dominują wydarzenia trwające 1 dzień (tzw. jednodniowe). Ich udział w ogólnej liczbie wydarzeń wyniósł w 2025 r. 84,3% (tab. 16.).

Tab. 16: Wydarzenia biznesowe w innych obiektach wydarzeń w województwie śląskim w 2025 r. z uwzględnieniem wybranych kryteriów podziału

Kryterium podziału	zmienne różnicujące				
czas trwania	**1 dzień**	**2 dni**	**3 dni**	**4 i dłużej**	**Razem***
liczba wydarzeń	403	31	28	16	478
%	84,3%	6,5%	5,9%	3,3%	100,0%
rodzaj wydarzenia	**Meetings**	**Incentives**	**Conventions**	**Exhibitions**	
liczba wydarzeń	150	56	258	14	478
%	31,4%	11,7%	54,0%	2,9%	100,0%
"nowości" wydarzenia	**pierwszy raz**	**powracające**			
liczba wydarzeń	241	182			423
%	57,0%	43,0%			100,0%
udział pośredników	**bezpośrednio**	**pośrednio**			
liczba wydarzeń	375	48			423
%	88,7%	11,3%			100,0%
częstotliwość	**jednorazowe**	**cykliczne**			
liczba wydarzeń	306	117			423
%	72,3%	27,7%			100,0%
główny organizator	**instytucja publiczna**	**org. społeczna i inne non-profit**	**firma/ korporacja**		
liczba wydarzeń	52	96	299		447
%	11,6%	21,5%	66,9%		100,0%
siedziby zleceniodawcy	**z województwa śląskiego**	**z innych woj. w Polsce**	**z zagranicy**		
liczba wydarzeń	328	111	8		447
%	73,4%	24,8%	1,8%		100,0%
wielkość wydarzeń	**Małe** (10-49 os)	**Średnie** (50-299 os)	**Duże** (300 - 999 os)	**Wielkie** (1000 os. i więcej)	
liczba wydarzeń	274	136	33	4	447
%	61,3%	30,4%	7,4%	0,9%	100,0%
pochodzenie uczestników	**z woj. śląskiego**	**inne w Polsce**	**zagranica**		
liczba wydarzeń	229	64	15		308
%	74,4%	20,8%	4,9%		100,0%

* liczba „razem" nie jest taka sama w poszczególnych kryteriach podziału wydarzeń biznesowych, gdyż nie wszystkie wydarzenia były wskazywane i rozpisywane przez respondentów w poszczególnych kryteriach podziału wydarzeń

Źródło: K. Cieślikowski - badania własne

Uwzględniając rodzaj wydarzenia w obiektach wydarzeń z grupy „inne obiekty", zauważyć należy, iż dominują spotkania typu „conventions", których udział wynosił 54,0% (jest to więcej niż dla obiektów ogółem, gdzie udział ten wynosił 44,9%). Natomiast wydarzenia biznesowe typu „exhibitions" to jedynie 2,9%. (tab. 16).

Analiza struktury rynku wydarzeń biznesowych zrealizowanych w innych obiektach z uwzględnieniem „nowości" wydarzenia dla tego obiektu, pozwala zauważyć, iż udział wydarzeń „powracających" wynosi aż 43,0%. Jest to podobny udział takich wydarzeń jak dla wszystkich rodzajów obiektów, który był na poziomie 49,8%.

Udział wydarzeń realizowanych przez pośredników (np. wyspecjalizowane agencji eventowe) działających w imieniu głównego organizatora stanowił 11,3% wydarzeń w „innych obiektach" (jest to podobny poziom dla obiektów ogółem (11,2%).

72,3% wydarzeń w innych obiektach były to wydarzenia jednorazowe, a 27,7% to wydarzenia cykliczne (podobna struktura jak dla obiektów ogółem).

Dominująca grupa głównych organizatorów wydarzeń w innych obiektach to „firma/korporacja" (66,9% wydarzeń odnotowanych w obiektach tego rodzaju). Stosunkowo duży udział (na tle obiektów ogółem) miały wydarzenia zorganizowane przez organizacje społeczne i inne non-profit. Udziału ich wydarzeń w „innych obiektach" biznesowych wyniósł 21,5%. Natomiast „instytucje publiczne" jako organizatorzy wydarzeń biznesowych zrealizowały 16,1% wydarzeń.

73,4% wydarzeń biznesowych zrealizowanych w innych obiektach zrealizowali zleceniodawcy, którzy mają swoje siedziby w województwie śląskim. Zleceniodawcy z siedzibą w innych województwach w Polsce odpowiadali za 24,8% wydarzeń w tych obiektach, a z siedzibą zagranicą tylko 1,8%.

W obiektach wydarzeń zaliczanych do „inne obiekty" najwięcej było wydarzeń małych pod względem liczby uczestników (10 – 49 osób na jednym spotkaniu). Ich udział w rynku wydarzeń w tych obiektach wyniósł 61,3%.

W 61,83% wydarzeń biznesowych zrealizowanych w innych obiektach uczestnicy pochodzili z tylko z województwa śląskiego.

Podsumowując, obiekty wydarzeń biznesowych z grupy „inne obiekty" to miejsca, w których zdecydowana większość wydarzeń była jednodniowa. Połowa wszystkich wydarzeń to były wydarzenia o charakterze kongresowym i konferencyjnym („conventions"). Wydarzenia zlecane były bezpośrednio przez organizatora głównego, którym są głównie firmy/korporacje. Niemniej udział organizacji społecznych i innych non-profit jest wysoki (21,5%) na tle udziału w obiektach ogółem.

4 Wnioski z badań ankietowych popytu zrealizowanego i wykazanego przez obiekty wydarzeń biznesowych w województwie śląskim w 2025 r.

W trakcie prowadzonych badań strony popytowej rynku wydarzeń biznesowych, zaproszono do udziału 976 obiektów z całego województwa śląskiego (patrz zał. 4). Odpowiedzi uzyskano z 211 obiektów, przy czym 140 z nich wskazało, iż w 2025 r. zrealizowało w swoich zasobach co najmniej jedno kwalifikujące się wydarzenie i to te informacje (rys. 1). stanowią podstawę charakterystyki rynku.

Łączna liczba wydarzeń biznesowych zrealizowanych w 2025 r. w obiektach które wykazały więcej niż jedno kwalifikujące się wydarzenie (tab. 4) wyniosła **13 015**, a liczba uczestników w tych wydarzeniach wyniosła **1 253 380** osób. Średnia liczba uczestników w jednym kwalifikowanym do badań i wykazanym w odpowiedziach wydarzeniu biznesowym wyniosła 96 osób.

Analizując rozkład terytorialny zrealizowanych wydarzeń i liczby uczestników zauważyć można, iż najwięcej wydarzeń biznesowych realizowanych jest w centralnej części województwa, gdzie odnotowano także najwięcej uczestników.

Analiza sezonowości popytu na rynku wydarzeń w województwie śląskim z uwzględnieniem liczby wydarzeń, pozwala zauważyć, iż w 2025 r. najwięcej wydarzeń zrealizowanych było we wrześniu (10,9%) i październiku (13,1%). W te dwa jesienne miesiące zrealizowano łącznie 24,0% wydarzeń z całego roku. Najmniejszy popyt, mierzony liczbą wydarzeń odnotowano w okresie wakacji letnich – w lipcu (4,2%) i sierpniu (4,4%). Przy czym obiekty kulturalne, a także „szkoły wyższe i placówki edukacyjne" najwięcej wydarzeń odnotowały w maju (zał. 9). Analiza sezonowości popytu na rynku wydarzeń w województwie śląskim z uwzględnieniem liczby uczestników, wskazuje, iż najwięcej osób uczestniczyło w wydarzeniach zrealizowanych w listopadzie (14,8%) i grudniu (12,3%), przy czym obiekty noclegowe i „szkoły wyższe" odnotowały najwięcej uczestników we wrześniu, a obiekty kultury w czerwcu.

Mając na uwadze czas trwania zliczonych wydarzeń (długość mierzona liczbą dni – patrz zał. 1, pyt. 1), zauważyć można, iż 62,9% z nich były to spotkania jednodniowe (tab. 5.). Wydarzenia trwające 4 dni i dłużej to tylko 4,0% ogółu wydarzeń biznesowych kwalifikowanych do badań. Jedno wydarzenie biznesowe trwało średnio 1,53 dnia (tab.4). Przy czym największy udział wydarzeń jednodniowych odnotowuje się w obiektach kulturalnych (zał. 9)

Wydarzenia biznesowe zakwalifikowane do grupy „conventions" (kongresy i konferencje) stanowiły 44,9% wszystkich wydarzeń. Przy czym dla obiektów „szkoły wyższe i placówki edukacyjne" udział „convetions" wyniósł 73,7%, a dla „centrów konferencyjnych i wystawienniczych" 66,2%.

Najmniej 2,5% w ogólnej liczbie wydarzeń odnotowano „exhibitions” (targi i wystawy). Udział ten jest nieco wyższy w obiektach typu „centra konferencyjne i wystawiennicze” (9,2%).

Analiza struktury rynku wydarzeń z uwzględnieniem „nowości” wydarzenia dla obiektu konferencyjnego, pozwala zauważyć, iż udział wydarzeń „powracających” (realizowanych ponownie w tym samym obiekcie) jest niemal taki sam (49,8%), jak tych, co były realizowane pierwszy raz (50,2%). Przy czym w przypadku obiektów „centra konferencyjne i wystawiennicze” oraz „szkoły wyższe i placówki edukacyjne” wydarzenia „powracające” stanowią ponad 70% wszystkich odnotowanych w tych obiektach.

Zdecydowana większość wydarzeń biznesowych realizowana była w bezpośrednim kontakcie między głównym zleceniodawcą / organizatorem a obiektem wydarzeń (88,8%). Pośrednicy (agencje eventowe, wyspecjalizowani organizatorzy wydarzeń biznesowych, itp.) odpowiadali za realizację 11,2% wszystkich wydarzeń odnotowanych w badanych obiektach województwa śląskiego. Przy czym w „szkoły wyższe” w ogóle nie odnotowały wydarzeń zleconych i realizowanych przez pośredników.

68,5% wszystkich wydarzeń w obiektach spotkań biznesowych na terenie województwa śląskiego są to wydarzenia jednorazowe, a niemal co trzecie (31,5%) to wydarzenia cykliczne. Przy czym w przypadku analizy wydarzeń w obiektach „centrum konferencyjne i wystawiennicze” udział wydarzeń „cyklicznych” wyniósł 59,2%.

W województwie śląskim dominująca grupa głównych organizatorów dla większości rodzajów obiektów to „firmy/korporacje”. Ich udział w rynku wszystkich odnotowanych wydarzeń wynosi 74,1%. Organizacje non-profit odpowiadają za 9,8% wydarzeń w województwie śląskim, a administracja publiczna/ instytucje publiczne za 16,1%. Przy czym dominującą grupą zleceniodawców dla szkół wyższych były instytucje publiczne (odpowiadały za 62,4% wydarzeń odnotowanych w tych obiektach).

56,4% wszystkich wydarzeń realizują w województwie śląskim organizatorzy/zleceniodawcy, którzy tutaj też mają swoje siedziby (udział ten jest zdecydowanie większy dla obiektów sportowych – 85,0%). 3,0% w ogólnej liczbie odnotowanych wydarzeń jest zlecanych przez organizatorów z siedzibą zagranicą, pozostałe 40,7% wydarzeń zleconych było z innych województw w Polsce niż śląskie.

Dominują wydarzenia małe pod względem liczby uczestników (10 – 49 osób na jednym spotkaniu). Ich udział w rynku wydarzeń ogółem wyniósł 64,8%. Duże (300 – 999 osób) i wielkie wydarzenia (z liczbą uczestników 1000 osób i więcej) to 4,6% z wszystkich odnotowanych w 2025 r. Przy czym dla obiektów sportowych, a także „centra konferencyjne i wystawiennicze” wydarzenia duże i wielkie stanowiły razem ponad 20% wszystkich wykazanych wydarzeń.

W 42,3% wydarzeniach zrealizowanych w województwie śląskim uczestnicy byli tylko z województwa śląskiego, a w 51,7% wydarzeniach odnotowano uczestników także z pozostałej części

Polski, a w 6,1% imprez pojawili się uczestnicy także z zagranicy. Przy czym „szkoły wyższe" wykazały 11,0% wydarzeń z uczestnikami z zagranicy.

Analiza ogólna rynku wydarzeń w województwie śląskim pozwala zauważyć, iż wykazuje on w wielu aspektach strukturę podobną do innych badań tego rynku w Polsce i zagranicą (np. sezonowość popytu, czas trwania wydarzeń, główni zleceniodawcy). Jednak jego specyfika w przejawia się m.in. w zróżnicowanej strukturze popytu w poszczególnych rodzajach obiektów wydarzeń (np. sezonowości, zleceniodawcach, rodzajach dominujących form spotkań biznesowych) i rozproszeniu popytu na terenie całego województwa (przy czym dominują w popycie zrealizowanym subregion centralny i południowy).

Popyt na rynku wydarzeń biznesowych w regionie, zmierzony liczbą wydarzeń i liczbą uczestników w poszczególnych rodzajach obiektów, zdominowany jest w województwie śląskim przez obiekty noclegowe (w tym głównie hotele), w których zrealizowano 77,89% wszystkich wydarzeń w regionie, ponadto odnotowano w nich 33,03% wszystkich uczestników wydarzeń biznesowych oraz 80,12% wszystkich dni konferencyjnych (tab. 6). Natomiast najmniejszy udział w ogólnej liczbie uczestników (0,05%) oraz dni konferencyjnych (0,15%) miały obiekty gastronomiczne, które rzadko podejmują się realizacji wydarzeń biznesowych. Wykazane były raczej małe spotkania, w których uczestniczyło średnio 33 osoby.

Największe wydarzenia odnotowano w obiektach „centrum konferencyjne i wystawiennicze", przy czym wartości w tej grupie zostały zdominowane przez największy w Polsce obiekt wydarzeń biznesowych - Międzynarodowe Centrum Kongresowe w Katowicach (MCK Katowice), które zostało w procesie oszacowywania rynku wyodrębniane z tej grupy obiektów. Obiekt ten wykazał 151 kwalifikowanych do tego raportu wydarzeń biznesowych, w których uczestniczyło stacjonarnie 428 922 osób[40]. Oznacza to, że wartości średnie wydarzeń wykazanych przez obiekty zaliczone do grupy „centra konferencyjne i wystawiennicze" (w tym także centra szkoleniowe, konferencyjne, itp.) są inne niż dla pozostałych obiektów z tej grupy obiektów (patrz. tab. 17 i zał. 12). Średnia liczba uczestników w jednym wydarzeniu w MCK Katowice w 2025 r. wyniosła 2 841 osoby. Podczas, gdy dla pozostałych obiektów „centra konferencyjne i kongresowe", które zrealizowały ogółem 373 wydarzenia biznesowe, w których uczestniczyło 13 199 osób, średnia liczba uczestników wyniosła w 2025 r. w jednym obiekcie „centrum konferencyjne i wystawiennicze" (bez wartości MCK Katowice) wyniosła 35 osób (patrz zał. 14).

[40] Międzynarodowe Centrum Kongresowe w Katowicach stanowi bardzo ważny podmiot na rynku wydarzeń biznesowych dla całego województwa śląskiego. Wydarzenia tam realizowane są zdecydowanie większe pod względem liczby uczestników. Duża liczba tych wydarzeń i ranga (zasięg ogólnopolski, a także międzynarodowy) przyciągają uwagę organizatorów wydarzeń do województwa śląskiego.

W procesie prowadzonych badań otrzymano informację z wykazem co najmniej jednego kwalifikowanego wydarzenia biznesowego od 16 obiektów z grupy „szkoły wyższe i placówki edukacyjne". Ich udział w całym wykazanym popycie zrealizowanym w województwie śląskim mierzony liczbą wydarzeń wyniósł tylko 2,04% wszystkich wydarzeń, a liczbą uczestników 2,58%. Należy jednak zauważyć, iż wszystkie odnotowane w raporcie dla tej grupy obiektów kwalifikujące się wydarzenia pochodziły z obiektów akademickich. W sumie odpowiedziało 26 obiektów rodzaju „szkoły wyższe i placówki edukacyjne", w tym 16 wskazało wydarzenia i były to tylko i wyłącznie obiekty akademickie. Pozostałe 10 odpowiedzi ze wskazaniem „0 wydarzeń" otrzymano od innych placówek edukacyjnych. Dlatego przy oszacowaniu całkowitego popytu zrealizowanego na rynku wydarzeń biznesowych rozdzielono te dwie podgrupy obiektów w ramach „szkoły wyższe i placówki edukacyjne (patrz tab. 17 i zał. 12) na „obiekty akademickie" i „inne placówki edukacyjne".

Obiekty sportowe (szczególnie te oddane do użytku po 2012 r.) posiadają zaplecze także dla wydarzeń biznesowych, które coraz czyściej jest komercjalizowane i oferowane jako przestrzeń na spotkania konferencyjne, a także targi i wystawy. Jednak koncentracja na głównych funkcjach obiektu (sport i rekreacja) sprawia, że średnia liczba wydarzeń w jednym obiekcie sportowym wyniosła w 2025 r. tylko 22 spotkania. Przy czym średnia liczba uczestników w jednym wydarzeniu przekroczyła 500 osób. Czyli obiekty te dysponują wielkimi przestrzeniami dla organizatorów zainteresowanych wielkimi wydarzeniami biznesowymi. Ponieważ, w większości tego rodzaju obiektów są one budowane i zarządzane przez instytucje administracji publicznej, to mogą stanowić ważne podmioty dla rozwoju turystyki biznesowej w regionie, w procesie budowania relacji przedsiębiorstw prywatnych z instytucjami publicznymi, a także wzmocnić atrakcyjność destynacji dla organizatorów wydarzeń biznesowych.

Podsumowując, badanie ankietowe popytu zrealizowanego na rynku wydarzeń biznesowych, do którego zaproszono wszystkie obiekty funkcjonujące i zidentyfikowane w badaniu strony podażowej rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim[41], pozwoliło na szczegółową analizę struktury rynku tych wydarzeń, z uwzględnieniem wielu zmiennych różnicujących rynek, w tym szczególnie rodzaju obiektu. Zgromadzone informacje na podstawie odpowiedzi uzyskanych od **211 obiektów** (**w tym 140 obiektów** wykazało **13 015** kwalifikujących się **wydarzeń biznesowych, z liczbą uczestników** w tych wydarzeń na poziomie **1 253 380 osób**) pozwoliły na oszacowanie wielkości rynku wydarzeń w województwie śląskim z dużym prawdopodobieństwem poprawności wyniku końcowego.

[41] K. Cieślikowski, P. Piotrowski: *Strona podażowa rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim. Obiekty wydarzeń biznesowych. Raport*. Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Centrum Badań i Rozwoju, Katowice 2024

5 Oszacowanie wielkości popytu całkowitego na rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim w 2025 r.

5.1 Metodyka oszacowania i wielkość popytu całkowitego na rynku wydarzeń biznesowych ogółem.

Oszacowanie wielkości popytu całkowitego na rynku wydarzeń biznesowych w 2025 r. w województwie śląskim stanowiło jeden z głównych celów badań i wyzwanie dla przygotowania raportu. Do osiągnięcia tego celu zastosowano metodę estymacji wielkości rynku z wykorzystaniem badania ankietowego (patrz rys. 1) i modelowania jednostek nieodpowiadających, (patrz rys. 34) uwzględniający wskaźnik „non-response" i jego wagi w określonych rodzajach obiektów „weighting / estimation"[42].

Metodyka ta obejmowała **dwuetapową procedurę badawczą** przedstawioną w raporcie w formie **lejków konwersji obiektów wydarzeń biznesowych** i ekstrapolacji danych rynkowych (rys. 1, rys. 34), uwzględniającą różną aktywność poszczególnych rodzajów obiektów wydarzeń na rynku. Podejście to pozwoliło na zminimalizowanie błędu wynikającego z braku odpowiedzi i oszacowanie parametrów (liczba wydarzeń biznesowych, liczba uczestników tych wydarzeń) dla całej populacji badawczej (976 obiektów wydarzeń biznesowych).

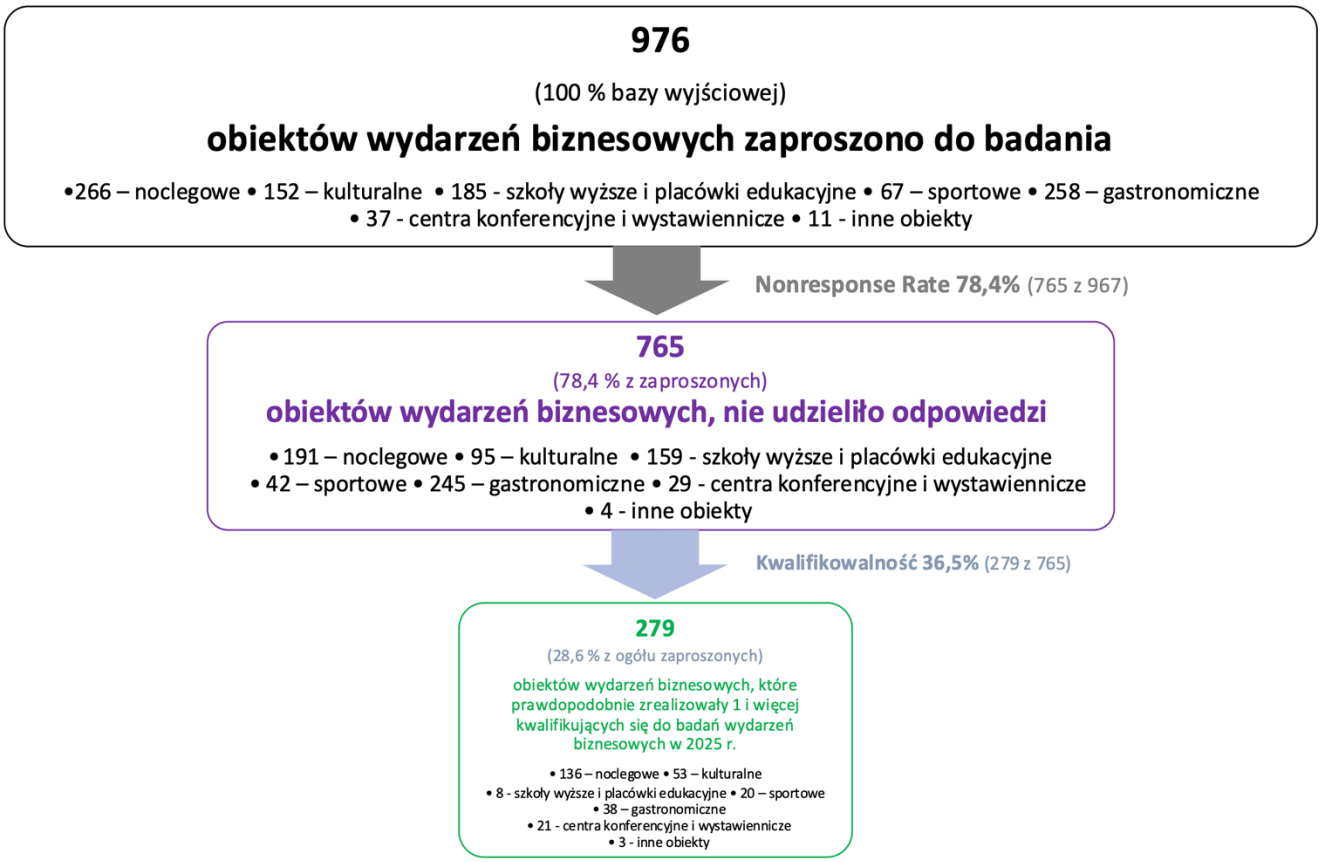
W pierwszym etapie procedury badawczej zastosowano badanie ankietowe skierowane do zidentyfikowanej grupy obiektów wydarzeń biznesowych. Zaproszono do badania 976 obiektów (różne liczby obiektów wydarzeń biznesowych ze względu na rodzaj obiektu – rys. 1, zał. 10, a także kolumna A w tab. 17). Uzyskano odpowiedzi od 211 obiektów (czyli „response rate" wyniósł 21,6%), z których 140 (także z podziałem na kategorie: noclegowe, kulturalne, itp.) zadeklarowało organizację co najmniej jednego wydarzenia biznesowego w analizowanym 2025 r. Pozostałe 71 obiektów z 211, które odpowiedziały w badaniu ankietowym wskazało „0" kwalifikujących się wydarzeń[43].

W 140 obiektach zidentyfikowano realną (zgłoszoną przez nich) łączną liczbę 13 015 wydarzeń oraz 1 253 380 uczestników[44]. Zatem, etap pierwszy (patrz rys. 1) opierał się na danych wykazanych przez uczestników badania.

[42] w opracowaniach statystycznych spotykany także jako imputacja typu hot-deck lub wagowanie na podstawie profili kohortowych, więcej w: R. Andridge, R. Little: *A review of hot deck imputation for survey non-response*. International Statistical Review, 2010, 78(1), pp. 40 - 64. https://doi.org/10.1111/j.1751-5823.2010.00103.x

[43] przy czym dokładna analiza popytu zrealizowanego w obiektach, które zadeklarowały realizację wydarzeń, wskazuje, iż odsetek obiektów „bez wydarzeń" jest zróżnicowany w różnych rodzajach obiektów wydarzeń, co zostało uwzględnione w procesie badawczym doszacowania popytu.

[44] dane te stanowiły także podstawę do charakterystyki ogólnej rynku wydarzeń w województwie śląskim oraz jego specyfiki z uwzględnieniem subregionów, jak i rodzajów obiektów.



Oszacowano

dla obiektów, które nie udzieliły odpowiedzi

i prawdopodobnie zrealizowały co najmniej jedno wydarzenie biznesowe

19 835	1 235 810
liczba wydarzeń biznesowych	liczba uczestników wydarzeń biznesowych

Rys. 34. Lejek konwersji obiektów wydarzeń biznesowych, które nie udzieliły odpowiedzi w procesie oszacowania rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim.

Źródło: K. Cieślikowski - badania własne

W drugim etapie procedury badawczej dokonano estymacji i modelowania dla obiektów, które nie udzieliły odpowiedzi – tzw. „non-respondentów" (rys. 34). Działania te polegały na identyfikacji obiektów, które nie udzieliły odpowiedzi (765 obiektów z 976 zaproszonych do badania, czyli non-response rate wyniósł 78,4%) z uwzględnieniem ich rodzajów.

Następnie uwzględniono, zidentyfikowaną w pierwszym etapie procesu badawczego strukturę tych obiektów wydarzeń, które udzieliły wcześniej odpowiedzi (211 obiektów), z podziałem ich na te, które wykazały więcej niż 1 wydarzenie biznesowe (takich było 140 obiektów – tab. 17., kolumna D) oraz obiekty wskazujące „0" wydarzeń (71 obiektów). Następnie wyliczono liczby obiektów (w poszczególnych rodzajach obiektów), które nie odpowiedziały, ale prawdopodobnie zrealizowały w swoich zasobach wydarzenia biznesowe (patrz kolumna F w tab. 17).

W procesie tym nastąpiło przeniesienie prawdopodobieństwa (korekta wag) ze struktury i liczb wydarzeń w obiektach, które udzieliły odpowiedzi na te obiekty, które nie udzieliły odpowiedzi. Przyjęto założenie, że struktura kwalifikowalności (prawdopodobieństwo wystąpienia zrealizowanych wydarzeń – wskazań 1 i więcej wydarzeń) w grupie niebędącej respondentami jest zbliżona do grupy respondentów w ramach analogicznych kohort (kategorii obiektów), tzn.:

- obiekty wydarzeń biznesowych, które nie udzieliły odpowiedzi („brak odpowiedzi") są tak samo aktywne na rynku wydarzeń, jak te które udzieliły odpowiedzi[45];
- obiekty wydarzeń, które nie udzieliły odpowiedzi, ale jednak realizują wydarzenia biznesowe, osiągnęły średnią liczbę tych wydarzeń i średnią liczbę uczestników w jednym wydarzeniu, na takim samym poziomie jak te obiekty, które wykazały wydarzenia biznesowe zrealizowane w swoich zasobach;
- brak odpowiedzi w grupie 765 obiektów nie był powodowany brakiem wydarzeń biznesowych we wszystkich tych obiektach, lecz przyczynami już zidentyfikowanymi w procesie prowadzonych badań dla tego raportu (zał. 11), a żadna z tych przyczyn nie wskazywała na jednoznaczny „brak wydarzeń w tych obiektach"[46].

[45] tzn.: zachowują strukturę obiektów wydarzeń (w swoim rodzaju) z podziałem na te, które zrealizowały w swoich zasobach (odsetek wskazań „1 i więcej wydarzeń") oraz te co odpowiedziały w badaniu ankietowym, ale nie zrealizowały żadnego kwalifikującego się wydarzenia

[46] w tym m.in.: przeciążeniem operacyjnym i dużym popytem na inne usługi w obiekcie w czasie prowadzonych badań, czy też stosowanej polityka informacyjnej - szczególnie w hotelach sieciowych i poufność danych, ograniczeń technologicznych - brakiem dostępności danych niezbędnych do raportu, brakiem odpowiedniego oprogramowania dla ewidencjonowania danych gromadzonych według kryteriów do tego raportu, a także brakiem realizacji takich analiz kiedykolwiek wcześniej

Tab. 17: Oszacowanie popytu na rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim zrealizowanego w obiektach, które nie udzieliły odpowiedzi w 2025 r., według rodzajów obiektów wydarzeń

Rodzaj obiektu	Liczba zaproszonych obiektów **976**	„brak odp." l. obiektów **765**	udzieliły odpowiedzi l. obiektów **211**	„1 i więcej wydarzeń" l. obiektów **140**	Wskazania „1 i więcej wydarzeń" - udział w grupie obiektów, które odpowiedziały		szacunkowa brakująca liczba obiektów z wydarzeniami		średnia liczba wydarzeń w obiekcie	szacunkowa brakująca liczba wydarzeń		średnia liczba uczestników w jednym wydarzeniu	szacunkowa brakująca liczba uczestników
	A	B	C	D	E = D / C		F = E x B		G	H = F x G		I	J = H x I
noclegowe	**266**	191	**75**	66									
5 gwiazdek	5	0	5	5	100,0%		0		218	0		47	0
4 gwiazdki	47	22	25	25	100,0%		22		226	4 983		42	210 867
3 gwiazdki	112	78	34	30	88,2%		69		105	7 222		36	256 735
2 gwiazdki	33	31	2	1	50,0%		16		128	2 048		52	106 000
1 gwiazdka	7	7	0	0	-		-		-	-		-	-
inne obiekty nocleg.	62	53	9	5	55,6%		29		24	684		40	27 377
kulturalne	**152**	95	**57**	32	56,1%		53		41	2 173		139	302 047
szkoły wyższe i placówki edukacyjne	**185**	159	**26**	16									
*- obiekty akademickie	29	10	19	16	84,2%		8		17	136		118	16 048
*- inne edukacyjne.	156	149	7	0	0,0%		0		0	0		0	0
sportowe	**67**	42	**25**	12	48,0%		20		22	440		518	227 920
gastronomiczne	**258**	245	**13**	2	15,4%		38		9	342		33	11 286
centra konf. i wystaw.	**37**	29	**8**	6									
*- MCK Katowice	1	0	1	1	100,0%		0		151	0		2 841	0
*- inne centra konf.	36	29	7	5	71,4%		21		75	1 567		35	55 450
inne obiekty wydarzeń	**11**	4	**7**	6	85,7%		3		80	240		92	22 080
							razem **279**		razem	**19 835**		razem	**1 235 810**

źródło: K. Cieślikowski – opracowanie własne

Zakłada się, że obiekty wydarzeń biznesowych, które nie udzieliły odpowiedzi („brak odpowiedzi) są tak samo aktywne na rynku wydarzeń, jak te które udzieliły odpowiedzi i zachowują strukturę wydarzeń zrealizowanych w swoich zasobach (odsetek wskazań „1 i więcej wydarzeń") oraz średnią liczbę wydarzeń i średnią liczbę uczestników w jednym wydarzeniu, jak obiekty które zrealizowały wydarzenia biznesowe w swoich zasobach.
Przy czym, obiekty noclegowe, centra konferencyjne oraz „szkoły wyższe i placówki edukacyjne" zostały podane dokładniejszej analizie, z uwagi na duże zróżnicowanie udziału w rynku wydarzeń (zrealizowanych w nich wydarzeń, liczby uczestników w tych wydarzeniach).

Na podstawie tego procesu badawczego i analizy popytu wykazanego (uwzględniając zróżnicowaną jego strukturę w grupach obiektów, w tym także zwracając uwagę dodatkowo na wewnętrzną specyfikę określonych rodzajów obiektów wydarzeń[47]), **oszacowano,** że spośród 765 obiektów, które nie odpowiedziały, **prawdopodobnie 279 obiektów zrealizowało co najmniej jedno wydarzenie biznesowe**.

Liczba 279 obiektów wynika z wyliczenia uwzględniającego (patrz tab. 17):
- liczbę obiektów zaproszonych do badania (kolumna A),
- liczbę obiektów „brak odpowiedzi" (kolumna B),
- liczbę obiektów, które udzieliły odpowiedzi (kolumna C),
- liczbę obiektów, które wykazały „1 i więcej wydarzeń" (kolumna D),
- odsetek obiektów (udział wskazań) „1 i więcej wydarzeń" w grupie tych co udzielili odpowiedzi w określonym rodzaju obiektu (kolumna E, jako wynik udziału liczby z kolumny „D" w liczbie z kolumny „C").

Szacunkowa brakująca liczba obiektów z wydarzeniami (kolumna F), to wynik mnożenia E x B, tak aby wykazać liczbę obiektów (w każdym rodzaju inny udział tych co wykazali „1 i więcej wydarzeń" w stosunku do „0" wydarzeń). Dla wszystkich rodzajów obiektów razem jest to liczba 279 obiektów, w których prawdopodobnie były zrealizowane wydarzenia biznesowe w 2025 r. nie odpowiedziały na zaproszenie do badania.

Liczba 279 obiektów doszacowanych (z 765 obiektów, które nie odpowiedziały), oznacza kwalifikowalność na poziomie 36,5% (patrz rys. 34). Przy czym kwalifikowalność poszczególnych rodzajów obiektów jest zróżnicowana (kolumna F, tab. 17) i wynika ze struktury odpowiedzi (udział wskazań „1 i więcej wydarzeń" w ogólnej liczbie odpowiadających obiektów) uzyskanej w badaniach ankietowych (kolumna E, tab. 17).

Na podstawie średnich wskaźników operacyjnych z badań ankietowych (patrz tab. 17: liczba wydarzeń - kolumna G; liczba uczestników - kolumna I) przypadających na dany rodzaj obiektu, przypisano (zaimputowano) wartości dla liczb brakujących obiektów (kolumna F, tab. 17).

Zatem, w drugim etapie zastosowano procedurę estymacji dla jednostek nieodpowiadających (tzw.: „nonresponse estimation"). Spośród 765 obiektów, które nie udzieliły odpowiedzi, wyodrębniono grupę jednostek prawdopodobnie realizujących wydarzenia biznesowe (279 obiektów), wykorzystując informacje pomocnicze dotyczące charakterystyki obiektów oraz ich profilu i specyfiki działalności. Następnie, przy założeniu podobieństwa do odpowiadających jednostek tej samej kategorii, oszacowano dodatkową liczbę wydarzeń biznesowych (**19 835 wydarzeń**) oraz uczestników (**1 235 810 osób**) przypadających na tę grupę podmiotów.

[47] Np.: wyodrębniono hotele z grupy „obiekty noclegowe", obiekty akademickie z grupy „szkoły wyższe i placówki edukacyjne", a także Międzynarodowe Centrum Kongresowe w Katowicach z grupy „obiekty konferencyjne i wystawiennicze".

Estymowana liczba wydarzeń biznesowych w obiektach, które nie odpowiedziały, ale prawdopodobnie zrealizowały wydarzenia (tab. 17, kolumna H), wynika z pomnożenia liczby takich obiektów w określonym rodzaju (tab. 17, kolumna F) i średniej liczby wydarzeń w jednym obiekcie danej kategorii (tab. 17, kolumna G).

Natomiast **estymowana liczba uczestników** wydarzeń biznesowych w obiektach (tab. 17**,** kolumna J), które nie odpowiedziały, ale prawdopodobnie zrealizowały wydarzenia, wynika z pomnożenia liczby obiektów takich obiektów w określonym rodzaju obiektu ((ab. 17, kolumna F) i średniej liczby uczestników w jednym kwalifikowanym do badań i wykazanym w badaniach ankietowych wydarzeniu biznesowym (tab. 17, kolumna I).

*Przykład dla **obiektów kulturalnych** (patrz dane w tab. 17):*

- *zaproszono do badania 152 obiekty (kolumna A),*
- *„brak odpowiedzi" 95 obiektów (kolumna B)*
- *udzieliło odpowiedzi 57 obiekty (kolumna C), w tym „1 i więcej wydarzeń" wykazało 32 obiekty kulturalne (kolumna D), czyli 56,1% w grupie udzielających odpowiedzi (kolumna E)*
- ***szacunkowa brakująca liczba obiektów kulturalnych**, w których prawdopodobnie zrealizowano wydarzenia biznesowe to 56,1% z 95 obiektów, czyli **53 obiekty kulturalne (kolumna F)***
- *średnia liczba wydarzeń w jednym obiekcie kulturalnym, obliczona na podstawie badań ankietowych (tab. 7, a także tab. 17, kolumna G), czyli **41 wydarzeń biznesowych**, - założenie: ta liczba występuje także w każdym z 53 obiektów kulturalnych, które nie odpowiedziały, ale prawdopodobnie zrealizowały wydarzenia.*
- *zatem, szacunkowa brakująca liczba wydarzeń biznesowych w obiektach kulturalnych wynosi **2 173 wydarzenia (kolumna H),***
- *średnia liczba uczestników jednego wydarzenia w jednym obiekcie kulturalnym, obliczona na podstawie badań ankietowych (tab. 7, a także tab. 17, kolumna I), czyli **139 osób** w jednym wydarzeniu biznesowym, - założenie: ta liczba występuje także w każdym z 2 173 brakujących wydarzeniach w obiektów kulturalnych, które nie odpowiedziały, ale prawdopodobnie zrealizowały wydarzenia.*
- *szacunkowa brakująca liczba uczestników wydarzeń biznesowych w obiektach kulturalnych wynosi **302 047 osoby (kolumna J).***

Wartości szacowane (liczby obiektów, w których zrealizowano wydarzenia biznesowe; liczby wydarzeń; liczby uczestników) dla pozostałych rodzajów obiektów wydarzeń wyliczano zgodnie z tym schematem.

Podsumowując drugi etap procesu badawczego, wyliczenia prowadzone w toku badań (patrz tab. 17 i rys. 34) wskazują, iż w **279** obiektach (z grupy 765 obiektów, które nie odpowiedziały na zaproszenie do badania) zrealizowano prawdopodobnie dodatkowo **19 835** wydarzeń, w których uczestniczyło dodatkowo **1 235 810** osób.

Ostateczna wielkość popytu na rynku wydarzeń to suma wartości zidentyfikowanych w badaniu ankietowym oraz wartości oszacowanych dla jednostek (obiektów wydarzeń) nieodpowiadających.

Zatem w 2025 r. w województwie śląskim

zrealizowano **32 850 wydarzeń**

(13 015 wydarzeń zidentyfikowanych w 140 obiektach oraz

19 835 wydarzeń oszacowanych w 279 obiektach).

Łączna liczba uczestników tych wydarzeń wyniosła **2 489 190 osób**

(1 253 380 osoby zidentyfikowane w procesie badań ankietowych oraz

1 235 810 uczestników oszacowanych).

5.2 Wielkość popytu całkowitego na rynku wydarzeń biznesowych – według rodzaju obiektu wydarzeń.

Analiza popytu całkowitego na rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim z uwzględnieniem rodzaju obiektu wydarzeń pozwala zauważyć, że z 976 obiektów wydarzeń biznesowych zaproszonych do badania, 419 to obiekty aktywne na rynku wydarzeń biznesowych, tzn. takie, w których zrealizowano w 2025 r. co najmniej jedno wydarzenie biznesowe (w tym 140 obiektów wydarzeń, które wykazały więcej niż 1 wydarzenie biznesowe oraz 279 obiektów wynikających z procedury doszacowania grupy obiektów, które nie odpowiedziały na zaproszenie do badania). W 419 obiektach zorganizowano łącznie 32 850 wydarzeń biznesowych oraz odnotowano 2 489 190 uczestników (tab. 18).

Mając na uwadze popyt zrealizowany w poszczególnych rodzajach obiektów wydarzeń, zauważyć można, iż **hotele stanowią bardzo ważną dla rozwoju rynku turystyki biznesowej w regionie** grupę obiektów wydarzeń biznesowych. W tym szczególnie:

- hotele 4-gwiazdkowe, w których odnotowano 10 645 wydarzeń oraz 450 468 uczestników;
- hotele 3-gwiazdkowe, w których odnotowano 10 362 wydarzenia i 368 359 uczestników.

Interesującym zjawiskiem jest bardzo wysoka aktywność hoteli 5-gwiazdkowych. Pomimo stosunkowo niewielkiej liczby takich obiektów w województwie śląskim (5 hoteli), zorganizowano w nich w 2025 r. ponad 1 090 wydarzeń, co oznacza średnio ponad 200 wydarzeń na jeden obiekt w ciągu roku. Jeszcze większą intensywnością wykorzystania charakteryzują się hotele 4-gwiazdkowe, gdzie średnia przekracza 226 wydarzeń na obiekt. Świadczy to o wysokim stopniu specjalizacji tych obiektów w obsłudze rynku MICE.

Łącznie **obiekty noclegowe** (hotele oraz inne obiekty noclegowe) odpowiadają za około 76% wszystkich wydarzeń biznesowych organizowanych w województwie, co potwierdza znaczącą rolę tego sektora w infrastrukturze przemysłu spotkań.

Drugą grupą pod względem liczby wydarzeń są **obiekty kulturalne.** W 85 obiektach tego rodzaju odbyło się 3 490 wydarzeń, uczestniczyło w nich 485 756 osób. Wynik ten wskazuje, że instytucje kultury pełnią coraz istotniejszą funkcję jako miejsca organizacji kongresów, konferencji oraz wydarzeń o charakterze promocyjnym i integracyjnym.

Na uwagę zasługują również **obiekty sportowe**, które mimo stosunkowo niewielkiej liczby wydarzeń (706) zgromadziły aż 365 628 uczestników. Świadczy to o zaangażowaniu tego typu obiektów w organizację raczej dużych wydarzeń biznesowych (typu gale, kongresy lub duże imprezy firmowe).

Tab. 18: Rynek wydarzeń biznesowych w województwie śląskim w 2025 r. - doszacowany

Rodzaj obiektu	*Liczba obiektów zaproszonych do badania*	**Liczba obiektów** w których zrealizowano co najmniej jedno wydarzenie biznesowe w 2025 r.	**Liczba wydarzeń** w obiektach, w których realizowano wydarzenia biznesowe w 2025 r.	**Liczba uczestników** wydarzeń biznesowych w 2025 r.
Noclegowe:				
5 gwiazdek	*5*	5	1 090	51 408
4 gwiazdki	*47*	47	10 645	450 468
3 gwiazdki	*112*	99	10 362	368 359
2 gwiazdki	*33*	17	2 176	112 625
1 gwiazdka	*7*	0	0	0
inne obiekty noclegowe	*62*	34	802	32 100
				0
kulturalne	*152*	85	3 490	484 756
szkoły wyższe i placówki edukacyjne:			0	0
*- obiekty akademickie	*29*	24	410	48 437
*- inne edukacyjne.	*156*	0	0	0
sportowe	*67*	32	706	365 628
gastronomiczne	*258*	40	360	11 886
centra konferencyjne i wystawiennicze				0
* - MCK Katowice	*1*	1	151	428 922
* - inne centra konf.	*36*	26	1 940	68 649
inne obiekty	*11*	9	718	65 952
razem	*976*	**419**	**32 850**	**2 489 190**

Źródło: K. Cieślikowski – opracowanie własne

W grupie „**centra konferencyjne i wystawiennicze**” szczególną rolę odgrywa Międzynarodowe Centrum Kongresowe w Katowicach. Ten obiekt wygenerował 151 wydarzeń, w których uczestniczyło 428 922 osób. Oznacza to, iż MCK odpowiada za ponad 17% wszystkich uczestników wydarzeń biznesowych w województwie. Pozostałe centra konferencyjne (26 aktywnych obiektów) zorganizowały 1 940 wydarzeń, przyciągając blisko 69 940 uczestników, co pokazuje, że koncentrują się one przede wszystkim na organizacji wydarzeń średniej wielkości.

Niewielkie znaczenie w strukturze rynku mają natomiast **obiekty gastronomiczne**. Pomimo dużej liczby obiektów tego rodzaju, które w badaniu rynkowym w 2024 r. zadeklarowały możliwość organizacji wydarzeń biznesowych (było to 258 obiektów), w 2025 r. jedynie w 40 z nich zrealizowano

360 wydarzeń biznesowych. Oznacza to, że tylko niewielka część restauracji i lokali gastronomicznych jest aktywnie wykorzystywana do organizacji wydarzeń biznesowych.

Warto również zwrócić uwagę na szkoły wyższe i placówki edukacyjne jako miejsca wydarzeń biznesowych w województwie śląskim. W tej grupie obiektów tylko w **obiektach akademickich** zrealizowano 410 wydarzeń, natomiast pozostałe placówki edukacyjne (pomimo deklarowanej gotowości do organizacji wydarzeń w swoich zasobach w badaniu rynku wydarzeń biznesowych w 2024 r.) nie wykazały aktywności w 2025 roku. Wynik ten może świadczyć o niewykorzystanym potencjale infrastruktury edukacyjnej dla organizacji konferencji i seminariów.

Podsumowując, rynek wydarzeń biznesowych województwa śląskiego jest rozwijany (liczbowo i jakościowo) w znacznej mierze przez funkcjonujące na tym obszarze hotele. Obiekty typu centra kongresowe odgrywają kluczową rolę w obsłudze wydarzeń o największej skali i najwyższej frekwencji. Natomiast instytucje kultury oraz obiekty sportowe stanowią ważne uzupełnienie infrastruktury MICE, umożliwiając organizację wydarzeń z dużą liczbą uczestników. Wyniki badań pokazują także, iż znaczna część obiektów dysponujących zapleczem (pomieszczeniami) do organizacji wydarzeń biznesowych nie uczestniczy obecnie w tym rynku. Wskazuje to na istnienie rezerw rozwojowych oraz możliwości aktywizacji nowych, dotychczas mało aktywnych obiektów.

Taki obraz rynku wydarzeń biznesowych pokazuje, iż województwo śląskie dysponuje zarówno rozbudowaną bazą hotelową, jak i zapleczem obiektów umożliwiających organizację dużych wydarzeń krajowych i międzynarodowych.

Podsumowanie i rekomendacje

Rynek wydarzeń biznesowych w województwie śląskim, w procesie realizacji badań w 2024 r., został szczegółowo scharakteryzowany po stronie podażowej[48]. Działania te stanowiły pierwszą część realizacji projektu analizy rynku wydarzeń biznesowych w regionie i fundament do dalszych badań rynku, w tym jego strony popytowej. W procesie gromadzenia danych o popycie zrealizowanym na tym rynku w województwie śląskim w 2025 r. zaproszono wszystkie funkcjonujące i zidentyfikowane w pierwszym badaniu obiekty (razem 976 obiektów[49]). W badaniu utrzymano spójność definicji oraz przyjęte wcześniej kryteria podziału rynku. Ponadto wypracowano techniki i proces organizacji badań rynkowych tego typu (na potrzeby gromadzenia informacji o popycie na rynku MICE w województwie śląskim w kolejnych latach).

Analiza uzyskanych wyników z badań ankietowych, a także przyjęta procedura badawcza dla doszacowania popytu zrealizowanego w obiektach, które nie udzieliły odpowiedzi, pozwoliła na oszacowanie wielkości i charakterystykę rynku wydarzeń biznesowych zrealizowanych stacjonarnie w 2025 r. w województwie śląskim (w tym z uwzględnieniem rodzaju i wielkości zrealizowanych wydarzeń).

W ramach prowadzonych badań dokonano weryfikacji specyfiki obiektów wydarzeń biznesowych województwa śląskiego i ich podziału (z uwzględnieniem rodzaju obiektu, rozkładu terytorialnego/administracyjnego). Na podstawie udzielonych odpowiedzi, przez podmioty które wykazały 1 i więcej wydarzeń (**140 obiektów** z 211 odpowiadających – patrz rys. 1), wyliczono główne zmienne opisujące popyt na rynku wydarzeń biznesowych, co pozwoliło na rzetelną ich analizę, a także dalsze działania dla oszacowania wielkości rynku.

W badaniu ankietowym, 140 obiektów wykazało 13 015 wydarzeń biznesowych zrealizowanych w 2025 r., w których uczestniczyło 1 253 380 osób. Wyliczenia prowadzone w kolejnym etapie badań (doszacowanie – patrz tab. 17 i rys 34) wskazały, że prawdopodobnie w 279 obiektach (które nie odpowiedziały na zaproszenie do badania ankietowego) zrealizowano dodatkowo 19 835 wydarzeń, w których uczestniczyło 1 235 810 osób.

Dodając liczby popytu wynikającego z uzyskanych odpowiedzi (211 obiektów, w tym 140 w których zrealizowano wydarzenia) i popytu doszacowanego (dla brakujących odpowiedzi z 756 obiektów, w tym było prawdopodobnie 279 obiektów ze zrealizowanymi wydarzeniami) można

[48] por.: K. Cieślikowski, P. Piotrowski: *Strona podażowa rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim. Obiekty wydarzeń biznesowych. Raport*. Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Centrum Badań i Rozwoju, Katowice 2024

[49] dane kontaktowe pochodziły z bazy adresowej obiektów objętych pierwszym badaniem rynku wydarzeń biznesowych dotyczącym strony podażowej w województwie śląskim, powiększonej o dane kontaktowe nowych konsorcjantów Silesia Convention Bureau

przypuszczać z 95% prawdopodobieństwem[50], iż w województwie śląskim w 2025 r. w **419** obiektach odbyło się **32 850 wydarzeń biznesowych**, w których uczestniczyło **2 489 190** osób.

Badania rynkowe realizowane dla opracowania tego raportu pozwoliły także zauważyć, specyfikę województwa śląskiego jako atrakcyjnej destynacji na rynku turystyki biznesowej. **Analiza ogólna wydarzeń biznesowych organizowanych w województwie śląskim w 2025 roku wskazuje na dominację wydarzeń krótkotrwałych.** 87,6% kończy się w ciągu jednego lub dwóch dni, a tylko 12,4% wydarzeń trwa trzy dni lub dłużej. Wydarzenia biznesowe to głównie konferencje i kongresy (conventions 44,9%) organizowane przez przedsiębiorstwa (74,1%), zlecane bezpośrednio przez głównego organizatora z siedzibą w Polsce. Taka struktura wydarzeń ze względu na czas ich trwania (dominują wydarzenia jedno- i dwudniowe) wskazuje, że organizatorzy firmowi preferują krótkie i intensywne formy spotkań, ograniczające koszty realizacji oraz czas nieobecności uczestników w miejscu pracy. Jest to również konsekwencja dobrej dostępności transportowej województwa śląskiego, umożliwiającej uczestnikom łatwy dojazd i powrót tego samego lub następnego dnia. Zauważalny jest także wysoki udział wydarzeń powracających (49,8%), co świadczy o utrwalonej pozycji województwa śląskiego jako atrakcyjnej destynacji dla organizatorów wydarzeń biznesowych. Udział organizatorów zagranicznych (3,0%) i wydarzeń biznesowych z uczestnikami z zagranicy (tzw. wydarzeń międzynarodowych) jest bardzo mały (6,1%).

Popyt na rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim jest rozproszony, z dużym udziałem dwóch subregionów: centralnego oraz południowego. W centralnym subregionie jest stolica administracyjna województwa – Katowice, gdzie znajduje się największy obiekt kongresowy w regionie i jeden z największych w Europie (Międzynarodowe Centrum Kongresowe w Katowicach). Obiekt ten przyciągnął ponad 17% wszystkich odnotowanych w badaniach uczestników wydarzeń biznesowych w województwie. Subregion centralny to także koncentracja hoteli biznesowych, obiektów kulturalnych, akademickich, a także nowych obiektów sportowych. W regionie centralnym dominują wydarzenia typu konferencyjnego i kongresowego (conventions). Natomiast subregion południowy odnotował najdłuższy średni czas trwania wydarzenia (1,77 dnia konferencyjnego – patrz tab.5). Tam znajduje się kilka hoteli z największym zapleczem noclegowym i konferencyjnym w województwie. Poszczególne subregiony pełnią odmienne funkcje w rozwoju rynku wydarzeń biznesowych

[50] Analiza 211 podmiotów (n=211) czyli 21,6% całej grupy populacji liczącej 976 (N=976), pozwala na wyciągnięcie wysoce wiarygodnych wniosków, przy zachowaniu struktury rodzajowej obiektów i ich udziału w uzyskanych odpowiedziach. Dla oceny takiej precyzji wyników pokazujących cały rynek wydarzeń biznesowych w regionie, posłużono się obliczeniami dokonanymi z wykorzystaniem formularzy dostępnych na www.statystyka.eu oraz https://www.limesurvey.org . Przy standardowym poziomie ufności maksymalny błąd szacunku (margines błędu) wynosi ok. 5,5%.

w województwie. Ich udział w organizacji wydarzeń zależy od: stopnia rozwoju infrastruktury konferencyjnej (liczby i wielkości obiektów wydarzeń), potencjału gospodarczego oraz atrakcyjności turystycznej (dla różnych form turystyki). Uwzględniając rodzaj wydarzenia zauważyć można, iż największy udział w województwie ogółem stanowiły konferencje i kongresy (conventions 44,9%), następnie spotkania biznesowe (meetings 27,0%), wydarzenia motywacyjne (incentives 25,6%) oraz targi i wystawy (exhibitions 2,5%).

Analiza rodzajów wydarzeń zrealizowanych w poszczególnych subregionach pozwala zauważyć ich specjalizację:

- subregion centralny jest szczególnie atrakcyjny dla organizatorów konferencji, dużych kongresów, targów i wystaw;
- subregion południowy to przede wszystkim region wydarzeń motywacyjnych (incentives), wykorzystujący swoje walory turystyczne i rozwiniętą bazę hotelowo-rekreacyjną;
- subregion północny obsługuje głównie konferencje, szkolenia i inne spotkania biznesowe z ofertą wielu atrakcji czasu wolnego w okolicy obiektów (co sprawia, że jest on atrakcyjny także dla organizatorów wydarzeń motywacyjnych);
- subregion zachodni jest najsłabiej widoczny na rynku MICE w województwie śląskim (odnotował najmniejsze liczby obiektów, wydarzeń i uczestników).

Analiza popytu zrealizowanego na rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim z **uwzględnieniem rodzaju obiektu** pozwoliła podzielić obiekty wydarzeń biznesowych na trzy kategorie[51] (patrz – zał. 13):

- **Kategoria A** - obiekty bardzo ważne (kluczowe), dla rozwoju rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim (hotele 3-, 4- i 5-gwiazdkowe, a także obiekty kulturalne, obiekty akademickie, centra konferencyjne i wystawiennicze)
- **Kategoria B** – obiekty średniego poziomu ważności, w procesie rozwoju rynku wydarzeń biznesowych (hotele dwugwiazdkowe, obiekty sportowe, „inne obiekty" wydarzeń biznesowych)
- **Kategoria C** - obiekty najmniej ważne (marginalne), bardzo mało znaczące dla funkcjonowania i rozwoju rynku wydarzeń biznesowych (obiekty gastronomiczne, inne placówki edukacyjne, a także hotele jednogwiazdkowe oraz inne obiekty noclegowe)

[51] Obiekty kategorii A odpowiadają za 74,5% wielkości rynku wydarzeń, mierzonego liczbą uczestników, kategorii B za 23,8%, a kategorii C tylko 1,8%.

Obiekty z **Kategorii A** (kluczowe) stanowią 62,8% bazy obiektów (patrz zał. 13), ale generują aż 84,3% wszystkich wydarzeń (27 678) oraz przyciągają 74,4% uczestników (1 852 562). To główny rdzeń przemysłu spotkań (MICE) w województwie śląskim. W tej grupie, warto zwrócić uwagę na **hotele 3- i 4-gwiazdkowe, które odpowiadają łącznie za niemal 2/3 wszystkich wydarzeń biznesowych** w regionie (4 gwiazdki – 32,4%, 3 gwiazdki – 31,5%). Hotele 4-gwiazdkowe generują przy tym najwyższą liczbę uczestników w sektorze noclegowym (18,1%).

Prawdziwą „gwiazdą" na rynku wydarzeń w regionie, obiektem wykorzystującym w pełni swój potencjał i lokalizację w stolicy administracyjnej regionu, jest Międzynarodowe Centrum Kongresowe w Katowicach. Ten jeden obiekt, odpowiada za 17,2% wszystkich uczestników spotkań w województwie (428 922osób). To kluczowy atraktor[52] turystyki biznesowej w regionie i generator wielkich wydarzeń, oddziałujących na turystykę w całym województwie.

Obiekty kulturalne odnotowały wysoki udział w liczbie uczestników (19,5%, czyli więcej niż hotele 4-gwiazdkowe), realizując przy tym 10,6% wydarzeń. W województwie śląskim są one w znacznej liczbie związane z dziedzictwem poprzemysłowym. Tym samym stanowią unikalną ofertę konferencyjną także w skali całego kraju.

Natomiast obiekty sportowe (**Kategoria B**), mimo relatywnie małej liczby wydarzeń (2,1%), przyciągają aż 14,7% uczestników (bardzo wysoka średnia liczba osób na jedno wydarzenie). Stanowią one interesującą (atrakcyjną) grupę obiektów na rynku wydarzeń biznesowych, szczególnie dla organizatorów dużych wydarzeń. Obiekty sportowe w województwie śląskim są stosunkowo nowe, posiadają dobrze wyposażone sale konferencyjne i są łatwo dostępne samochodem osobowym (zazwyczaj oferują duży parking dla samochodów).

Marginalne znaczenie w funkcjonowaniu i rozwoju rynku wydarzeń w województwie śląskim ma grupa obiektów zaliczonych do „**Kategorii C".** Obiekty gastronomiczne, inne obiekty noclegowe oraz hotele 1-gwiazdkowe generują łącznie jedynie 3,5% wydarzeń i 1,8% uczestników, co oznacza, że z punktu widzenia strategii rozwoju rynku mają one charakter wyłącznie uzupełniający.

Na podstawie uzyskanych wyników i prowadzonej analizy można **rekomendować działania na rzecz dalszego rozwoju rynku wydarzeń biznesowych w regionie**. Działania te podejmowane mogą być przez podmioty strony podażowej tego rynku, w tym szczególnie przez: obiekty wydarzeń, koordynatorów rynku (w tym Silesia Convention Bureau), a także administrację publiczną w regionie.

[52] Atraktor – w tym przypadku oznacza kluczowy podmiot przyciągający uwagę znaczących zleceniodawców (organizatorów wielkich wydarzeń) do regionu. Każde wielkie wydarzenie może być poprzedzone wieloma mniejszymi konferencjami w regionie, które także realizowane są po zakończeniu tego typu wydarzenia. Zadowolony organizator, a także uczestnicy chętnie powracają do regionu i współpracy ze sprawdzonymi (zweryfikowanymi) obiektami wydarzeń.

Obiekty wydarzeń (szczególnie te zaliczone do kategorii A) powinny wzmocnić współpracę między sobą dla efektywnego wykorzystania posiadanych już relacji biznesowych i wzrostu atrakcyjności ich oferty. Jest to szczególnie ważne dla organizatorów wydarzeń, którzy ponownie decydują się na realizację wydarzenia w województwie śląskim i chcą zaproponować uczestnikom nowe doświadczenia w trakcie udziału w planowanych wydarzeniach. Większa współpraca obiektów wydarzeń biznesowych z innymi podmiotami rynku turystycznego (także atrakcjami turystyki czasu wolnego) w regionie może zaowocować uatrakcyjnieniem oferty wydarzeń i wydłużeniem pobytów uczestników. Ponadto zalecenia dotyczą określonych rodzajów obiektów wydarzeń:

- *Hotele biznesowe* (w tym 3- , 4- i 5-gwiazdkowe) powinny odważniej promować się na rynkach zagranicznych wykorzystując bliskie relacje i sąsiedztwo wielu międzynarodowych organizacji gospodarczych w regionie, a także mocniej zaangażować się we współpracę z SCB przy planowaniu wyjazdów na targi turystyczne zagranicą (w tym szczególnie turystyki biznesowej).
- *Centra kongresowe* w regionie powinny wzmocnić współpracę między sobą, dla wspólnych działań na rzecz przyciągania wielkich wydarzeń i promocji regionu na rynkach międzynarodowych (strategia koopetycji[53] wydaje się najwłaściwsza i nieunikniona), a z uwagi na fakt, iż w większości obiekty tego rodzaju należą do administracji miast, to **miasta bezpośrednio powinny się zaangażować w procesy współpracy** i wewnętrznej konkurencji.
- *Obiekty kulturalne* (w tym obiekty poprzemysłowe) stanowią unikatową ofertę województwa śląskiego na rynku MICE i wraz z postępującymi procesami restrukturyzacji gospodarki regionu prawdopodobnie takich obiektów będzie coraz więcej w województwie śląskim. Warto zatem, aby obiekty tego rodzaju, które już odniosły sukces na rynku wydarzeń i z powodzeniem rozwijają ofertę stały się przykładem dobrych praktyk dla nowych takich obiektów w regionie.
- *Obiekty sportowe* (zaliczone w analizie rynku wydarzeń do kategorii B) stanowią jeszcze niewykorzystany potencjał materialny na rynku wydarzeń w województwie śląskim. Infrastruktura, którą dysponują dla organizatorów dużych wydarzeń jest bardzo atrakcyjna. Obiekty te powinny odważniej promować się rynku wydarzeń i (w wielu przypadkach) stworzyć w strukturze organizacyjne komórki (wyznaczyć osoby) dedykowane rynkowi MICE.

Ważnym podmiotem (**głównym koordynatorem**) dla funkcjonowania i rozwoju rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim jest Silesia Convention Bureau. SCB powinno dalej rozwijać swój model biznesowy jako kluczowy podmiot regionalnego klastra MICE, integrujący

[53] więcej o strategii koopetcji w turystyce w: W Czakon, K Czernek: *The role of trust-building mechanisms in entering into network coopetition: The case of tourism networks in Poland*. Industrial Marketing Management 57 (3), 2016, pp. 64-74

najważniejsze podmioty (instytucje administracji publicznej, obiekty wydarzeń, agencje eventowe) tworzące infrastrukturę służącą realizacji wydarzeń biznesowych i umożliwiającą tworzenie kompleksowych ofert dla organizatorów wydarzeń (w tym szczególnie z zagranicy.

W procesie rozwoju rynku wydarzeń należy uwzględnić specjalizację subregionów, które w zidentyfikowanych już rozwijanych ofertach powinny się wzmacniać poprzez działania lokalnej administracji publicznej wspierającej sektor turystyki biznesowej na swoim terenie. Rozwijana oferta atrakcji czasu wolnego (w tym usług rekreacyjnych) w subregionach południowym, północnym i zachodnim, może przyczynić się do wzrostu liczby wydarzeń i uczestników.

Badanie rynku wydarzeń biznesowych na terenie województwa śląskiego na tak dużą skalę (zaproszono 976 obiektów) odbyło się pierwszy raz. Analiza trendów na tym rynku, a także analiza przyczynowo-skutkowa z uwzględnieniem zjawisk zachodzących w gospodarce regionu, wymagałaby jednak powtarzania badań w następnych latach. Ewentualne kolejne badanie dotyczące popytu zrealizowanego może spotkać się z większym zrozumieniem i zaangażowaniem obiektów wydarzeń, osiągając jeszcze większą stopę odpowiedzi. Można zmodyfikować nieznacznie metodykę gromadzenia danych, np. rezygnując z kontaktów z obiektami gastronomicznymi, hotelami jednogwiazdkowymi, obiektami noclegowymi bez kategoryzacji, placówkami edukacyjnymi (poza obiektami akademickimi), których udział w rynku wydarzeń jest znikomy (zał. 13), a rynek wydarzeń biznesowych jest dla nich mało istotny.

Można także zastanowić się nad modyfikacją narzędzia badawczego poprzez ograniczenie liczby gromadzonych zmiennych. Przy założeniu, że struktura wydarzeń analizowanych w wybranych kryteriach jest co roku podobna, można skupić się na liczbach najważniejszych dla identyfikacji zjawiska: liczbie wydarzeń, liczbie uczestników, długości wydarzeń (czasie trwania wydarzeń) oraz sezonowości popytu w ciągu roku.

Ponadto promocja aktualnego raportu i jego wyników przyczyni się również do wyjaśniania terminów i pojęć wykorzystywanych w raportach tego typu. Ułatwi to w przyszłości komunikację z menedżerami obiektów wydarzeń i gromadzenie danych do kolejnego raportu.

Przydatnym narzędziem w procesie gromadzenia danych może być opracowanie aplikacji pozwalającej na zliczanie wydarzeń i uczestników według ustalonych kryteriów w krótszych interwałach czasowych (np. uzupełnianie danych raz w miesiącu). Pozwoliłoby to na monitorowanie rynku przez podmioty rynku wydarzeń biznesowych w trakcie roku kalendarzowego (uczestnicy takiego projektu mieliby wgląd w informacje na bieżąco) i sprawne przygotowanie raportów analitycznych w dowolnym czasie. Obiekty zaliczane do kategorii A mogłyby stanowić pierwszą grupę zainteresowanych takim narzędziem.

Podsumowując, uzyskane dotychczas[54] informacje o rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim pokazują duży potencjał materialny regionu dla dalszego rozwoju rynku, a także zróżnicowanie w wielkości i strukturze popytu zrealizowanego w poszczególnych rodzajach obiektów i subregionach. W procesie prowadzonych badań popytu na tym rynku zgromadzono również informacje pokazujące aktywność zleceniodawców – głównych organizatorów wydarzeń biznesowych (instytucje publiczne, organizacje społeczne i inne non-profit, firmy/korporacje). Jednak ich preferencje oraz identyfikacja głównych czynników atrakcyjności destynacji i obiektu stanowić mogą wyzwanie dla kolejnych badań.

Silesia Convention Bureau (SCB) pozostaje wiodącą organizacją w zakresie koordynacji działań na rzecz rozwoju rynku wydarzeń biznesowych w regionie. Największą efektywność działań SCB przyniesie selektywne wsparcie istniejących w województwie śląskim zasobów (z uwzględnieniem specyfiki subregionów), polegające na intensywnej współpracy z obiektami kategorii A oraz systematycznym wzmacnianiu potencjału obiektów kategorii B. Jednocześnie należy utrzymywać szeroką sieć współpracy obejmującą wszystkie segmenty infrastruktury turystycznej, ponieważ **różnorodność obiektów wydarzeń i ich rozproszenie na obszarze całego województwa stanowią o dużej atrakcyjności regionu i są jedną z kluczowych przewag konkurencyjnych województwa śląskiego na rynku wydarzeń biznesowych**.

Rozwój rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim wymaga większego zaangażowania się obiektów wydarzeń, a także instytucji administracji publicznej odpowiedzialnych za promocję miast, we współpracę z SCB, szczególnie w zakresie podejmowanych inicjatyw na rzecz promocji regionu za granicą, jak i dalszych badań rynku wydarzeń biznesowych. Będzie to sprzyjało pokazywaniu specyfiki potencjału turystycznego województwa i jego subregionów[55], a także przyczyni się do dalszego rozwoju ilościowego (wzrostu liczby wydarzeń w subregionach), jak i jakościowego rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim.

[54] Pierwsze badanie w 2024 r. dotyczące strony podażowej oraz aktualne badanie dla opracowania tego raportu koncertujące się na popycie zrealizowanym w 2025 r.

[55] województwo śląskie oferuje dużą różnorodność obiektów wydarzeń, a także specjalizację w subregionach (np. „incentive travel" w subregionie południowym), unikalną historię, walory turystyczne, a także dobrą dostępność komunikacyjną i szerokim zapleczem noclegowym

Materiały źródłowe

Raporty i inne opracowania

1. Andridge R., Little R.: A review of hot deck imputation for survey non-response. International Statistical Review, 2010, 78(1)
2. Cieślikowski K., Kantyka J.: Wykorzystanie wielkich wydarzeń w promocji miasta – na przykładzie Katowic. Marketing miejsc – teraźniejszość czy przyszłość? ZN, nr 40 Uczelnia Vistula, Warszawa 2015
3. Cieślikowski K., Piotrowski P.: Strona podażowa rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim. Obiekty wydarzeń biznesowych. Raport. Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Centrum Badań i Rozwoju, Katowice 2024
4. Cieślikowski K., Żabińska T.: Turystyka kongresowa – aspekty globalne i regionalne. w: Marketing – przełom wieków. Paradygmaty, Zastosowania. tom II. red. K. Mazurek- Łopacińska, Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu nr 852, t. 2, Wrocław 2000
5. Cieślikowski K.: Koncentracja geograficzna obiektów spotkań a rozwój przemysłu wydarzeń w województwie śląskim. w: Ekonomiczne Problemy Turystyki. 3/2016 (35), wyd. Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2016
6. Cieślikowski K.: Rynek turystyki konferencyjnej. Tom 1: Podstawy teoretyczne. Funkcjonowanie i rozwój na świecie. AWF, Katowice 2014
7. Cieślikowski K.: Rynek turystyki konferencyjnej. Tom 2. Funkcjonowanie i rozwój w Polsce. AWF Katowice 2014
8. Cieślikowski K.: Zarządzanie turystyką biznesową. Wybrane aspekty globalne i lokalne. AWF Katowice 2015
9. Crouch G.I., Louviere J. J.: The Determinants of convention site selection: A logistic choice model from experimental data. Journal of Travel Research, 43 (2) 2004
10. Czakon W., Czernek K.: The role of trust-building mechanisms in entering into network coopetition: The case of tourism networks in Poland. Industrial Marketing Management 57 (3), 2016
11. Davidson R., Cope B.: Business travel: Conferences, incentive travel, exhibitions, corporate hospitality, and corporate travel. Pearson Education, Financial Times, New York 2003
12. Global Report on the Meetings Industry, UN WTO, Madrid 2014
13. Globe Watch Business Analytics – 2024 Country & City Rankings. ICCA, Amsterdam 2025
14. IAPCO 2025 Annual Member Survey Results. The International Association of Professional Congress Organisers, Zurich, 2026
15. Imprezy masowe w 2024 r. GUS, Warszawa 2025
16. International Meetings Statistics Report. 66th edition, UIA, Brussels 2025
17. Measuring the Economic Importance of the Meetings Industry. Developing a Tourism Satellite Account Extension. UN WTO, Madrid 2006

18. Oppermann M.: Convention destination images: Analysis of association meeting planners perceptions. Tourism Management, 17 (3) 1996
19. Pierścionek Z.: Strategie rozwoju firmy. WN PWN, Warszawa 2001
20. Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce. Raport 2025, POT, Warszawa 2025
21. Rogers T., Davidson R.: Marketing destinations and venues for conferences, conventions and business events. Abingdon, Routledge, Oxon 2016
22. Strategia rozwoju województwa śląskiego, Śląskie 2030. Urząd Marszałkowski Województwa Śląskiego, Katowice, 2020
23. Turner A.: Word Trends Report 2026. IBTM, Barcelona 2025
24. UN Tourism (wcześniej UN WTO) - The United Nations World Tourism Organization
25. Wiener Tagungsindustrie Report. Vienna Convention Bureau, Vienna 2026

Witryny internetowe

1. https://www.limesurvey.org
2. https://www.pot.gov.pl
3. www.statystyka.eu

Spis tabel

Tab. 1. Obiekty uczestniczące w badaniu według rodzaju na tle wszystkich obiektów zaproszonych do badania 17

Tab. 2. Obiekty, które udzieliły odpowiedzi według rodzaju z uwzględnieniem wskazań „0” wydarzeń kwalifikujących się do badań 20

Tab. 3: Wydarzenia biznesowe w województwie śląskim w 2025 r. z uwzględnieniem wybranych kryteriów podziału we wszystkich rodzajach obiektów ogółem 27

Tab. 4. Rozkład liczby wydarzeń biznesowych i uczestników z uwzględnieniem subregionów województwa śląskiego 30

Tab. 5. Średnie wartości wybranych parametrów opisujących rynek wydarzeń biznesowych w województwie śląskim z uwzględnieniem subregionów 32

Tab. 6. Rozkład liczby wydarzeń biznesowych i uczestników z uwzględnieniem rodzajów obiektów .. 33

Tab. 7. Średnie wartości wybranych parametrów opisujących rynek wydarzeń biznesowych w województwie śląskim z uwzględnieniem rodzajów obiektów 34

Tab. 8: Wydarzenia biznesowe w obiektach noclegowych w województwie śląskim w 2025 r. z uwzględnieniem wybranych kryteriów podziału 40

Tab. 9. Rozkład liczby wydarzeń biznesowych i uczestników z uwzględnieniem kategoryzacji obiektów noclegowych 42

Tab. 10. Średnie wartości wybranych parametrów opisujących wydarzenia biznesowe w obiektach noclegowych z uwzględnieniem kategoryzacji obiektów 43

Tab. 11: Wydarzenia biznesowe w obiektach kulturalnych w województwie śląskim w 2025 r. z uwzględnieniem wybranych kryteriów podziału 47

Tab. 12: Wydarzenia biznesowe w szkołach wyższych i placówkach edukacyjnych w województwie śląskim w 2025 r. z uwzględnieniem wybranych kryteriów podziału 53

Tab. 13: Wydarzenia biznesowe w obiektach sportowych w województwie śląskim w 2025 r. z uwzględnieniem wybranych kryteriów podziału 59

Tab. 14: Wydarzenia biznesowe w obiektach gastronomicznych w województwie śląskim w 2025 r. z uwzględnieniem wybranych kryteriów podziału 65

Tab. 15: Wydarzenia biznesowe w centrach konferencyjnych i wystawienniczych w województwie śląskim w 2025 r. z uwzględnieniem wybranych kryteriów podziału 72

Tab. 16: Wydarzenia biznesowe w innych obiektach wydarzeń w województwie śląskim w 2025 r. z uwzględnieniem wybranych kryteriów podziału 78

Tab. 17: Oszacowanie popytu na rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim zrealizowanego w obiektach, które nie udzieliły odpowiedzi w 2025 r., według rodzajów obiektów wydarzeń 87

Tab. 18: Rynek wydarzeń biznesowych w województwie śląskim w 2025 r. - doszacowany 92

Spis rysunków

Rys. 1. Lejek konwersji obiektów wydarzeń biznesowych w procesie realizacji badania rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim. 18

Rys. 2. Rozkład wydarzeń biznesowych w województwie śląskim według miesięcy. 25

Rys. 3. Liczba wydarzeń biznesowych w województwie śląskim według miesięcy. 25

Rys. 4. Rozkład uczestników wydarzeń biznesowych w województwie śląskim według miesięcy. 26

Rys. 5. Liczba uczestników wydarzeń biznesowych w woj. śląskim według miesięcy. 26

Rys. 6. Rozkład wydarzeń biznesowych w obiektach noclegowych w województwie śląskim według miesięcy. 38

Rys. 7. Liczba wydarzeń biznesowych w obiektach noclegowych w województwie śląskim według miesięcy. 38

Rys. 8. Rozkład uczestników wydarzeń biznesowych w obiektach noclegowych w województwie śląskim według miesięcy. 39

Rys. 9. Liczba uczestników wydarzeń biznesowych w obiektach noclegowych w województwie śląskim według miesięcy. 39

Rys. 10. Rozkład wydarzeń biznesowych w obiektach kulturalnych w województwie śląskim według miesięcy. 45

Rys. 11. Liczba wydarzeń biznesowych w obiektach kulturalnych w województwie śląskim według miesięcy. 45

Rys. 12. Rozkład uczestników wydarzeń biznesowych w obiektach kulturalnych w województwie śląskim według miesięcy. 46

Rys. 13. Liczba uczestników wydarzeń biznesowych w obiektach kulturalnych w województwie śląskim według miesięcy. 46

Rys. 14. Rozkład wydarzeń biznesowych w szkołach wyższych i placówkach edukacyjnych w województwie śląskim według miesięcy. 51

Rys. 15. Liczba wydarzeń biznesowych w szkołach wyższych i placówkach edukacyjnych w województwie śląskim według miesięcy. 51

Rys. 16. Rozkład uczestników wydarzeń biznesowych w szkołach wyższych i placówkach edukacyjnych w województwie śląskim według miesięcy. 52

Rys. 17. Liczba uczestników wydarzeń biznesowych w szkołach wyższych i placówkach edukacyjnych w województwie śląskim według miesięcy. 52

Rys. 18. Rozkład wydarzeń biznesowych w obiektach sportowych w województwie śląskim według miesięcy. 57

Rys. 19. Liczba wydarzeń biznesowych w obiektach sportowych w województwie śląskim według miesięcy. 57

Rys. 20. Rozkład uczestników wydarzeń biznesowych w obiektach sportowych w województwie śląskim według miesięcy. 58

Rys. 21. Liczba uczestników wydarzeń biznesowych w obiektach sportowych w województwie śląskim według miesięcy. 58
Rys. 22. Rozkład wydarzeń biznesowych w obiektach gastronomicznych w województwie śląskim według miesięcy. 63
Rys. 23. Liczba wydarzeń biznesowych w obiektach gastronomicznych w województwie śląskim według miesięcy. 63
Rys. 24. Rozkład uczestników wydarzeń biznesowych w obiektach gastronomicznych w województwie śląskim według miesięcy. 64
Rys. 25. Liczba uczestników wydarzeń biznesowych w obiektach gastronomicznych w województwie śląskim według miesięcy. 64
Rys. 26. Rozkład wydarzeń biznesowych w centrach konferencyjnych i wystawienniczych w województwie śląskim według miesięcy. 70
Rys. 27. Liczba wydarzeń biznesowych w centrach konferencyjnych i wystawienniczych w województwie śląskim według miesięcy. 70
Rys. 28. Rozkład uczestników wydarzeń biznesowych w centrach konferencyjnych i wystawienniczych w województwie śląskim według miesięcy. 71
Rys. 29. Liczba uczestników wydarzeń biznesowych w centrach konferencyjnych i wystawienniczych w województwie śląskim według miesięcy. 71
Rys. 30. Rozkład wydarzeń biznesowych w innych obiektach w województwie śląskim według miesięcy. 76
Rys. 31. Liczba wydarzeń biznesowych w innych obiektach w województwie śląskim według miesięcy. 76
Rys. 32. Rozkład uczestników wydarzeń biznesowych w innych obiektach w województwie śląskim według miesięcy. 77
Rys. 33. Liczba uczestników wydarzeń biznesowych w innych obiektach w województwie śląskim według miesięcy. 77
Rys. 34. Lejek konwersji obiektów wydarzeń biznesowych, które nie udzieliły odpowiedzi w procesie oszacowania rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim. 85

Załączniki

Załącznik 1. Kwestionariusz ankietowy 107

Załącznik 2. Rozkład terytorialny obiektów wydarzeń biznesowych, które udzieliły odpowiedzi (według powiatów) 108

Załącznik 3. Rozkład terytorialny obiektów, które zrealizowały 1 i więcej kwalifikujących się wydarzeń biznesowych w 2025 r. na tle wszystkich obiektów zaproszonych do badania (wg powiatów) 109

Załącznik 4. Response rate obiektów zaproszonych do badania (wg powiatów) 110

Załącznik 5. Zestawienie obiektów wydarzeń biznesowych, które udzieliły odpowiedzi o zrealizowanych wydarzeniach w 2025 r. na tle wszystkich obiektów wydarzeń zaproszonych do badania (wg subregionów) 111

Załącznik 6. Struktura wydarzeń biznesowych według rodzaju wydarzenia w subregionach województwa śląskiego w 2025 r. 112

Załącznik 7. Hotele i inne obiekty noclegowe uczestniczące w badaniu 113

Załącznik 8. Hotele, które udzieliły odpowiedzi na tle innych obiektów noclegowych z uwzględnieniem wskazań "0" wydarzeń kwalifikujących się do badań 114

Załącznik 9. Struktura wydarzeń biznesowych zrealizowanych w 2025 r. w województwie śląskim z uwzględnieniem wybranych kryteriów ich podziału według rodzaju obiektu 115

Załącznik 10. Realizacja badania rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim według rodzaju obiektu 119

Załącznik 11. Przyczyny odmowy udziału w badaniu rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim 120

Załącznik 12. Całkowita szacunkowa wielkość popytu rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim w 2025 r. 121

Załącznik 13. Struktura rynku wydarzeń biznesowych z uwzględnieniem rodzaju obiektu wydarzeń i poziomu ważności obiektów – po doszacowaniu 123

Załącznik 14. Obiekty wydarzeń biznesowych z uwzględnieniem średniej liczby wydarzeń i uczestników – po doszacowaniu 124

Załącznik 1. Kwestionariusz ankietowy

Pytanie 1 - sezonowośc popytu wydarzeń biznesowych (formularz dotyczy tylko wydarzen stacjonarnych - bez spotkań online)

2025 rok	l. uczest.	l. wydarzeń	w tym liczba wydarzeń: 1 dniowych	2 dniowych	3 dniowych	4 dni i więcej	razem
styczeń							
luty							
marzec							
kwiecień							
maj							
czerwiec							
lipiec							
sierpień							
wrzesień							
październik							
listopad							
grudzień							
razem	0	0	0	0	0	0	0

Pytanie 2 - rodzaj wydarzenia

		w tym liczba wydarzeń wg rodzaju: Meetings*	Incentives**	Conventions***	Exhibitions****	razem
2025 rok	razem 0					0

* Meetings to spotkania zamknięte i rozmowy handlowe, ale także gale i inne wydarzenia specjalnych okazji firmowych
** Incentives to wydarzenia firmowe integracyjne, a także firmowe z szerokim programem rozrywkowym
*** Conventions to kongresy, konferencje, sympozja, seminaria, szkolenia, warsztaty itp..
**** Exhibitions to giełdy, targi i wystawy

Pytanie 3 - wydarzenia ze względu na "nowość" w Państwa obiekcie

		ile z tych wydarzeń biznesowych to były wadarzenia: "piewszy raz"	"powracajace"	razem
2025 rok	razem 0			0

Pytanie 4 - wydarzenia ze względu na rodzaj klienta (instytucji zlecającej)

		w tym wydarzeń biznesowych zleconych przez: zleceniodawca bezpośredni	pośrednik (agencja eventowa, PCO)	razem
2025 rok	razem 0			0

Pytanie 5 - wydarzenia ze względu na częstotliwość wydarzeń

		ile z wydarzeń ogółem to były wydarzenia: "jednorazowe"	"cykliczne (rotujące)"	razem
2025 rok	razem 0			0

Pytanie 6 - liczba wydarzeń ze względu na głównego organizatora (tytularnego), inicjatora wydarzenia

		ile wydarzeń zleciły: instytucje publiczne	org. społeczne i gosp. (inne non-profit)	firmy, korporacje	razem
2025 rok	razem 0				0

instytucje publiczne - to rózne instytucje finansowane ze środków publicznych (międzynarodowe, ogólnopolkie, regionalne, uczelnie publicz., szpitale publicz., itp.)
org. społeczne i gosp. - to rózne organizacje typu: izby gospodarcze, stowarzyszenia, fundacje, grupy religijne, organizacje sportowe, i inne
firmy, korporacje - to organizacje głównie prowadzące działaność dla zysku (w tym: przedsiębiorstwa, uczelnie prywatne, szpitale prywatne, itd..)

Pytanie 7 - liczba wydarzeń z uwzględnieniem siedziby zleceniodawcy

	wydrzeń w tym zleconych z: z województwa śląskiego	z innych woj. w Polsce	zlecnone z zagranicy	razem
2025 rok razem 0				0

Pytanie 8 - liczba wydarzeń ze względu na ich wielkość (liczbę uczestników)

	wydrzeń w tym: małych 10-49 os.	średnich 50 - 299 os.	dużych 300 - 999 os.	wilekich 1000 i więcej	razem
2025 rok razem 0					0

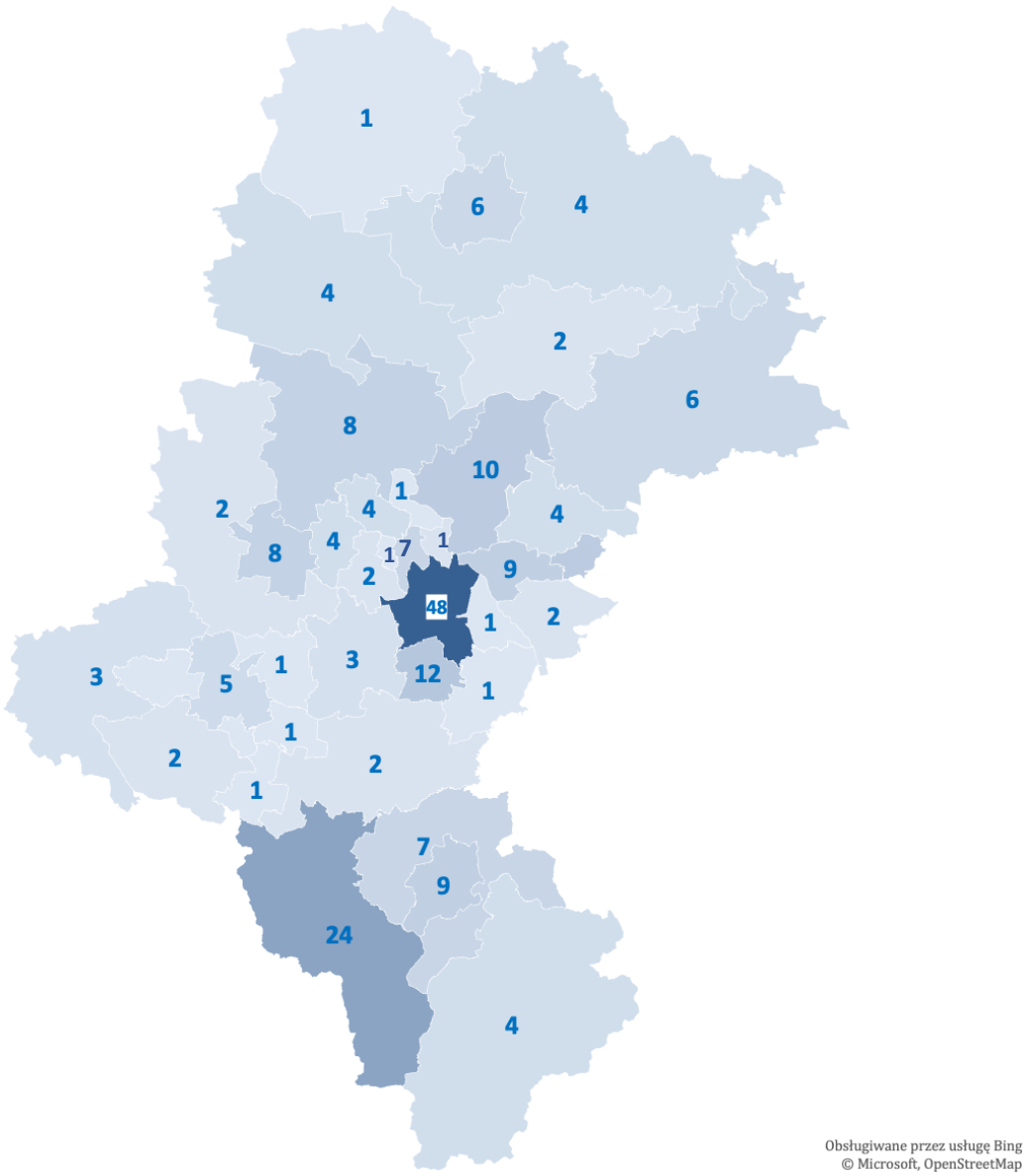
Pytanie 9 - liczba wydarzeń z uwzględnieniem pochodzenia uczestników

Prosimy o szacunkowe liczby wydrzeń - jeżeli to możliwe

	w tym wydarzeń z uczestnikami: tylko z woj. śląskiego	także z innych woj. w Polsce	także osoby z zagranicy	razem
2025 rok razem 0				0

Źródło: K. Cieślikowski – opracowanie własne

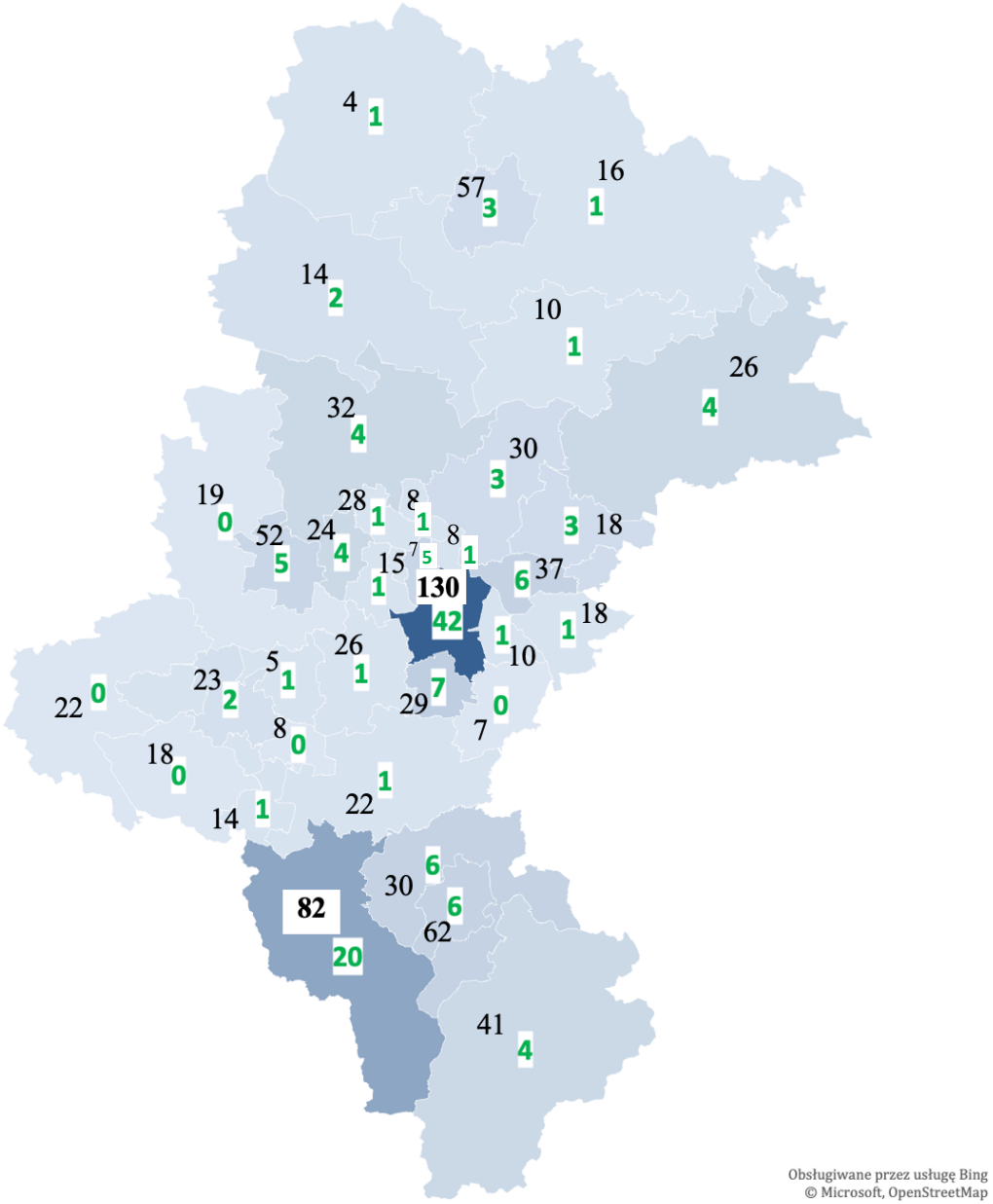
Załącznik 2. Rozkład terytorialny obiektów wydarzeń biznesowych, które udzieliły odpowiedzi (według powiatów)



N = 211 - łączna liczba obiektów wydarzeń, które udzieliły odpowiedzi

Źródło: K. Cieślikowski - badania własne

Załącznik 3. Rozkład terytorialny obiektów, które zrealizowały 1 i więcej kwalifikujących się wydarzeń biznesowych w 2025 r. na tle wszystkich obiektów zaproszonych do badania (wg powiatów)



N1 = 976 (liczba zaproszonych do badania obiektów wydarzeń)
N2 = 140 (liczba obiektów deklarujących 1 i więcej wydarzeń)

Źródło: K. Cieślikowski - badania własne

Załącznik 4. Response rate obiektów zaproszonych do badania (wg powiatów)

response rate B/A	lp.	powiat	liczby obiektów zaproszono do badania A	udzieliło odpowiedzi B	wydarzeń 1 i więcej wydarzeń C
33,3%	1.	będziński	30	10	3
23,3%	2.	powiat bielski	30	7	6
14,5%	3.	Bielsko-Biała	62	9	6
14,3%	4.	bieruńsko-lędziński	7	1	0
14,3%	5.	Bytom	28	4	1
28,0%	6.	Chorzów	25	7	5
29,3%	7.	cieszyński	82	24	20
10,5%	8.	Częstochowa	57	6	3
25,0%	9.	częstochowski	16	4	1
22,2%	10.	Dąbrowa Górnicza	18	4	3
15,4%	11.	Gliwice	52	8	5
10,5%	12.	powiat gliwicki	19	2	0
7,1%	13.	Jastrzębie-Zdrój	14	1	1
11,1%	14.	Jaworzno	18	2	1
36,9%	15.	Katowice	130	48	42
25,0%	16.	kłobucki	4	1	1
28,6%	17.	lubliniecki	14	4	2
11,5%	18.	mikołowski	26	3	1
10,0%	19.	Mysłowice	10	1	1
20,0%	20.	myszkowski	10	2	1
12,5%	21.	Piekary Śląskie	8	1	1
9,1%	22.	pszczyński	22	2	1
13,6%	23.	raciborski	22	3	0
13,3%	24.	Ruda Śląska	15	2	1
20,0%	25.	rybnicki	5	1	1
21,7%	26.	Rybnik	23	5	2
25,0%	27.	Siemianowice Śląskie	8	2	1
24,3%	28.	Sosnowiec	37	9	6
16,7%	29.	Świętochłowice	6	1	1
25,0%	30.	tarnogórski	32	8	4
41,4%	31.	Tychy	29	12	7
11,1%	32.	wodzisławski	18	2	0
16,7%	33.	Zabrze	24	4	4
23,1%	34.	zawierciański	26	6	4
12,5%	35.	Żory	8	1	0
9,8%	36.	żywiecki	41	4	4
21,6%		**województwo śląskie - razem**	**976**	**211**	**140**

Źródło: K. Cieślikowski - badania własne

Załącznik 5. Zestawienie obiektów wydarzeń biznesowych, które udzieliły odpowiedzi o zrealizowanych wydarzeniach w 2025 r. na tle wszystkich obiektów wydarzeń zaproszonych do badania (wg subregionów)

Response rate B/A	subregion	zaproszono do badania (l. ob.) A	Udział w woj.		udzieliło odpowiedzi (l. ob.) B	Udział w woj.	w tym	1 i więcej wydarzeń (l. ob.) C	Udział w woj.
14,9%	Północny*	87	8,91%		13	6,16%		6	4,29%
24,1%	Centralny**	584	59,84%		141	66,82%		94	67,14%
14,4%	Zachodni***	90	9,22%		13	6,16%		4	2,86%
20,5%	Południowy****	215	22,03%		44	20,85%		36	25,71%
21,6%	**razem**	**976**	**100,00%**		**211**	**100,00%**		**140**	**100,00%**

* „subregion północny" - obejmuje powiaty: częstochowski, kłobucki, myszkowski oraz m. Częstochowa;

** „subregion centralny" - obejmuje powiaty: będziński, bieruńsko-lędziński, gliwicki, lubliniecki, mikołowski, pszczyński, tarnogórski, zawierciański, m. Bytom, m. Chorzów, m. Dąbrowa Górnicza, m. Gliwice, m. Jaworzno, m. Katowice, m. Mysłowice, m. Piekary Śląskie, m. Ruda Śląska, m. Siemianowice Śląskie, m. Sosnowiec, m. Świętochłowice, m. Tychy oraz m. Zabrze;

*** „subregion południowy" - obejmuje powiaty: bielski, cieszyński, żywiecki oraz m. Bielsko-Biała;

**** „subregion zachodni" - obejmuje powiaty: raciborski, rybnicki, wodzisławski oraz m. Jastrzębie-Zdrój, m. Rybnik, m. Żory.

Źródło: K. Cieślikowski - badania własne

Załącznik 6. Struktura wydarzeń biznesowych według rodzaju wydarzenia w subregionach województwa śląskiego w 2025 r.

typ wydarzeń → / Subregion ↓	Meetings	Udział subregionu ↓	Incentives	Udział subregionu	Conventions	Udział subregionu	Exhibitions	Udział subregionu	ogółem	Udział subregionu
północny	164	5,2 %	14	0,5 %	177	3,4 %	1	0,3%	**356**	3,1%
udział wydarzeń w subregionie →	46,1%		3,9%		49,7%		0,3%		100,0%	
centralny	1 978	62,9 %	1 466	49,3 %	3 741	71,6 %	212	73,6%	**7 397**	63,6%
udział wydarzeń w subregionie →	26,7%		19,8%		50,6%		2,9%		100,0%	
zachodni	64	2,0 %	28	0,9 %	94	1,8 %	0	0,0%	**186**	1,6%
udział wydarzeń w subregionie →	34,4%		15,1%		50,5%		0,0%		100,0%	
południowy	940	29,9 %	1 466	49,3 %	1 213	23,2 %	75	26,0%	**3 694**	31,8%
udział wydarzeń w subregionie →	25,4%		39,7%		32,8%		2,0%		100,0%	
ogółem	**3 146**	**100,0 %**	**2 974**	**100,0 %**	**5 225**	**100,0 %**	**288**	**100,0%**	**11 633**	**100,0%**
udział wydarzeń →	27,0%		25,6%		44,9%		2,5%		100,0%	

źródło: K. Cieślikowski – opracowanie własne

Załącznik 7. Hotele i inne obiekty noclegowe uczestniczące w badaniu

… hotele ogółem i inne obiekty noclegowe na tle wszystkich zaproszonych do badania

Response rate		kategoryzacja	**Udzieliło odpowiedzi „A”**	Brak odpowiedzi „B”	w tym: odmowa udziału w badaniu	*Obiekty zaproszone do badania* **Razem (A + B)**
32,4%	1.	hotele	66	138	13	204
			32,4%	67,6%		100,0%
14,5%	2.	inne obiekty noclegowe	9	53	1	62
			14,5%	85,5%		100,0%
28,2%		ogółem	75	191	14	266
			28,2%	71,8%		100,0%

… hotele wg kategoryzacji na tle wszystkich zaproszonych do badania

Response rate		kategoryzacja	**Udzieliło odpowiedzi „A”**	Brak odpowiedzi „B”	w tym: odmowa udziału w badaniu	*Obiekty zaproszone do badania* **Razem (A + B)**
100,0%	1.	5 gwiazdek	5	0	0	5
			100,0%	0,0%		100,0%
53,2%	2.	4 gwiazdki	25	22	7	47
			53,2%	46,8%		100,0%
30,4%	3.	3 gwiazdki	34	78	5	112
			30,4%	69,6%		100,0%
6,1%	4.	2 gwiazdki	2	31	1	33
			6,1%	93,9%		100,0%
0,0%	5.	1 gwiazdka	0	7	0	7
			0,0%	100,0%		100,0%
14,5%	6.	inne obiekty noclegowe	9	53	1	62
			14,5%	85,5%		100,0%
28,2%		ogółem	75	191	14	266
			28,2%	71,8%		100,0%

Źródło: K. Cieślikowski - badania własne

Załącznik 8. Hotele, które udzieliły odpowiedzi na tle innych obiektów noclegowych z uwzględnieniem wskazań "0" wydarzeń kwalifikujących się do badań

… hotele ogółem na tle innych obiektów noclegowych

	kategoryzacja	Obiekty wskazujące "0" wydarzeń „A”	obiekty wskazujące 1 i więcej wydarzeń „B”	Udzieliło odpowiedzi **Razem (A + B)**
1.	hotele	5	61	66
		7,6%	92,4%	100,0%
2.	inne obiekty noclegowe	4	5	9
		44,4%	55,6%	100,0%
	Obiekty noclegowe ogółem	9	66	75
		12,0%	88,0%	100,0%

Źródło: K. Cieślikowski - badania własne

… hotele wg kategoryzacji na tle innych obiektów noclegowych

	kategoryzacja	Obiekty wskazujące "0" wydarzeń „A”	obiekty wskazujące 1 i więcej wydarzeń „B”	Udzieliło odpowiedzi **Razem (A + B)**
1.	5 gwiazdek	0	5	5
		0,0%	100,0%	100,0%
2.	4 gwiazdki	0	25	25
		0,0%	100,0%	100,0%
3.	3 gwiazdki	4	30	34
		11,8%	88,2%	100,0%
4.	2 gwiazdki	1	1	2
		50,0%	50,0%	100,0%
5.	1 gwiazdka	0	0	0
		-	-	-
6.	inne obiekty noclegowe	4	5	9
		44,4%	55,6%	100,0%
	ogółem	9	66	75
		12,0%	88,0%	100,0%

Źródło: K. Cieślikowski - badania własne

Załącznik 9. Struktura wydarzeń biznesowych zrealizowanych w 2025 r. w województwie śląskim z uwzględnieniem wybranych kryteriów ich podziału według rodzaju obiektu

Sezonowość popytu na rynku wydarzeń biznesowych w różnych rodzajach obiektów wydarzeń

… mierzona zrealizowanymi wydarzeniami w ciągu roku

obiekty ogółem	**6,2%**	**5,3%**	**8,8%**	**7,4%**	**10,0%**	**9,5%**	**4,2%**	**4,4%**	**10,9%**	**13,1%**	**10,5%**	**9,7%**	**100,0%**
miesiąc	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	razem
noclegowe	6,0%	5,0%	8,8%	7,2%	9,7%	9,5%	4,3%	4,6%	**11,3%**	**13,5%**	10,3%	9,6%	100,0%
kulturalne	6,0%	5,8%	8,2%	7,9%	**11,9%**	9,5%	4,0%	4,4%	10,1%	**11,2%**	**11,3%**	9,6%	100,0%
szkoły wyższe i placówki edukac.	4,4%	2,6%	11,7%	11,3%	**14,6%**	10,6%	2,9%	0,4%	10,2%	13,1%	10,2%	8,0%	100,0%
sportowe	7,9%	7,1%	8,3%	8,6%	10,2%	6,8%	3,8%	3,0%	8,6%	**13,2%**	**11,7%**	10,9%	100,0%
gastronomiczne	**27,8%**	0,0%	22,2%	0,0%	16,7%	0,0%	11,1%	0,0%	0,0%	5,6%	11,1%	5,6%	100,0%
centra konfer. i wystawiennicze	6,1%	6,5%	10,1%	7,3%	6,9%	8,0%	2,9%	4,0%	9,7%	**13,7%**	**13,4%**	11,5%	100,0%
inne obiekty	8,6%	7,9%	7,3%	8,6%	**11,7%**	10,5%	4,2%	4,2%	8,2%	9,2%	8,6%	11,1%	100,0%

… mierzona uczestnikami wydarzeń w ciągu roku

obiekty ogółem	4,7%	7,3%	11,1%	6,8%	6,7%	9,1%	2,1%	3,2%	11,7%	10,1%	14,8%	12,3%	100,0%
miesiąc	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	razem
noclegowe	4,6%	3,8%	7,2%	6,6%	9,6%	9,5%	3,2%	4,9%	**17,4%**	**13,3%**	10,4%	9,4%	100,0%
kulturalne	4,0%	3,5%	6,8%	6,8%	9,7%	**19,7%**	2,1%	8,3%	12,8%	10,2%	8,7%	7,3%	100,0%
szkoły wyższe i placówki edukac.	2,1%	2,0%	11,3%	9,5%	17,0%	8,2%	3,6%	1,1%	**22,3%**	9,9%	10,2%	2,9%	100,0%
sportowe	4,8%	**15,6%**	13,7%	3,4%	4,2%	15,1%	3,5%	1,5%	11,1%	7,5%	14,6%	5,0%	100,0%
gastronomiczne	**41,7%**	0,0%	20,0%	0,0%	8,3%	0,0%	13,3%	0,0%	0,0%	3,3%	6,7%	6,7%	100,0%
centra konfer. i wystawiennicze	5,1%	10,2%	16,3%	8,1%	1,8%	1,3%	0,2%	0,3%	5,8%	7,8%	**22,7%**	**20,3%**	100,0%
inne obiekty	6,0%	5,2%	7,6%	5,9%	17,1%	**19,6%**	2,4%	1,7%	4,5%	9,6%	9,6%	10,8%	100,0%

Źródło: K. Cieślikowski – opracowanie własne

Załącznik 9. … c.d.

czas trwania wydarzeń

	1 dzień	2 dni	3 dni	4 dni i dłużej	razem
obiekty ogółem	**62,9%**	**24,7%**	**8,4%**	**4,0%**	**100,0%**
rodzaj obiektu:					
noclegowe	57,9%	29,3%	9,8%	3,0%	100,0%
kulturalne	91,6%	4,0%	0,9%	3,6%	100,0%
szkoły wyższe i placówki edukacyjne	71,9%	16,4%	5,8%	5,8%	100,0%
sportowe	79,3%	18,4%	1,1%	1,1%	100,0%
gastronomiczne	63,2%	15,8%	21,1%	0,0%	100,0%
centra konfer. i wystawiennicze	53,1%	14,1%	7,8%	25,0%	100,0%
inne obiekty	83,6%	6,8%	6,1%	3,5%	100,0%

rodzaj wydarzenia

	Meetings	Incentives	Conventions	Exhibitions	razem
obiekty ogółem	**27,0%**	**25,5%**	**44,9%**	**2,5%**	**100,0%**
rodzaj obiektu:					
noclegowe	27,6%	28,4%	43,1%	0,8%	100,0%
kulturalne	25,8%	23,8%	43,2%	7,2%	100,0%
szkoły wyższe i placówki edukacyjne	19,3%	0,0%	73,7%	6,9%	100,0%
sportowe	39,1%	14,3%	28,6%	18,0%	100,0%
gastronomiczne	84,2%	10,5%	5,3%	0,0%	100,0%
centra konfer. i wystawiennicze	11,3%	13,4%	66,2%	9,2%	100,0%
inne obiekty	31,4%	11,7%	54,0%	2,9%	100,0%

"nowość" wydarzenia

	pierwszy raz	powracające			razem
obiekty ogółem	**50,2%**	**49,8%**			**100,0%**
rodzaj obiektu:					
noclegowe	51,2%	48,8%			100,0%
kulturalne	57,4%	42,6%			100,0%
szkoły wyższe i placówki edukacyjne	80,0%	20,0%			100,0%
sportowe	27,1%	72,9%			100,0%
gastronomiczne	0,0%	100,0%			100,0%
centra konfer. i wystawiennicze	20,4%	79,6%			100,0%
inne obiekty	57,0%	43,0%			100,0%

udział pośredników

	bezpośrednio	pośrednio			razem
obiekty ogółem	**88,8%**	**11,2%**			**100,0%**
rodzaj obiektu:					
noclegowe	88,1%	11,9%			100,0%
kulturalne	88,5%	11,5%			100,0%
szkoły wyższe i placówki edukacyjne	100,0%	0,0%			100,0%
sportowe	99,2%	0,8%			100,0%
gastronomiczne	100,0%	0,0%			100,0%
centra konfer. i wystawiennicze	94,1%	5,9%			100,0%
inne obiekty	88,7%	11,3%			100,0%

Załącznik 9. … c.d.

cykliczność

	jednorazowe	cykliczne			razem
obiekty ogółem	68,5%	31,5%			**100,0%**
rodzaj obiektu:					
noclegowe	72,0%	28,0%			100,0%
kulturalne	62,5%	37,5%			100,0%
szkoły wyższe i placówki edukacyjne	70,0%	30,0%			100,0%
sportowe	36,1%	63,9%			100,0%
gastronomiczne	11,1%	88,9%			100,0%
centra konfer. i wystawiennicze	40,8%	59,2%			100,0%
inne obiekty	72,3%	27,7%			100,0%

główny organizator

	instytucja publiczna	org. społeczna i inna non-profit	firma/korporacja		razem
obiekty ogółem	**16,1%**	**9,8%**	**74,1%**		**100,0%**
rodzaj obiektu:					
noclegowe	13,5%	6,7%	79,8%		100,0%
kulturalne	25,1%	18,6%	56,3%		100,0%
szkoły wyższe i placówki edukacyjne	62,4%	27,4%	10,2%		100,0%
sportowe	12,8%	30,5%	56,8%		100,0%
gastronomiczne	11,1%	0,0%	88,9%		100,0%
centra konfer. i wystawiennicze	14,9%	5,5%	79,6%		100,0%
inne obiekty	11,6%	21,5%	66,9%		100,0%

siedziba zleceniodawcy	z województwa śląskiego	z innych województw w Polsce	z zagranicy		razem
obiekty ogółem	**56,4%**	**40,7%**	**3,0%**		**100,0%**
rodzaj obiektu:					
noclegowe	51,5%	45,3%	3,2%		100,0%
kulturalne	83,4%	15,9%	0,7%		100,0%
szkoły wyższe i placówki edukacyjne	19,7%	71,2%	9,1%		100,0%
sportowe	85,0%	14,7%	0,4%		100,0%
gastronomiczne	83,3%	16,7%	0,0%		100,0%
centra konfer. i wystawiennicze	64,9%	31,9%	3,2%		100,0%
inne obiekty	73,4%	24,8%	1,8%		100,0%

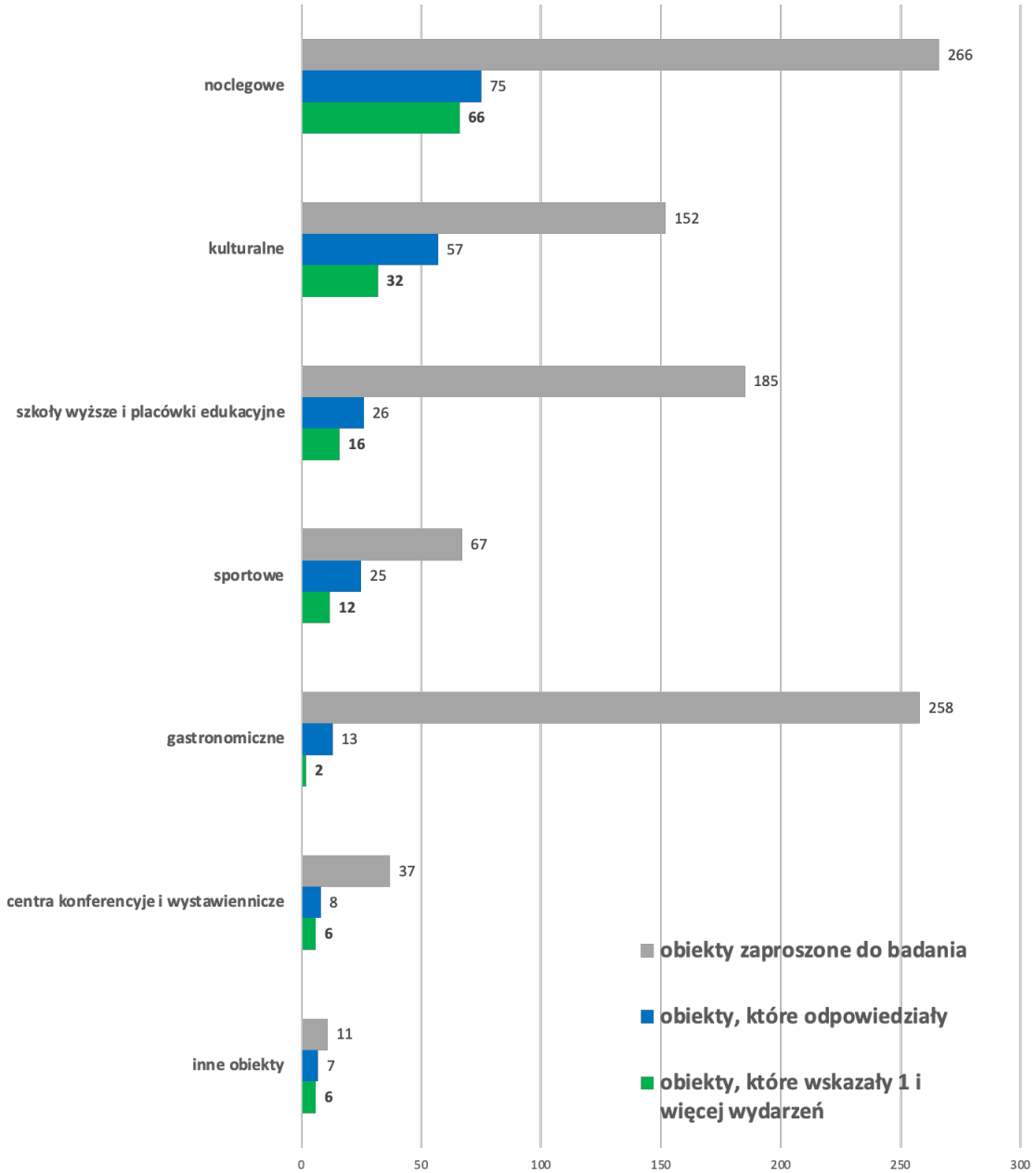
wielkość wydarzenia	Małe (10-49 os.)	Średnie (50-299 os.)	Duże (300-999 os.)	Wielkie (1 000 os i więcej)	razem
obiekty ogółem	64,8%	30,6%	3,5%	1,1%	100,0%
rodzaj obiektu:					
noclegowe	68,6%	29,3%	1,9%	0,1%	100,0%
kulturalne	58,5%	33,8%	6,1%	1,6%	100,0%
szkoły wyższe i placówki edukacyjne	32,1%	59,9%	7,7%	0,4%	100,0%
sportowe	26,3%	42,1%	18,8%	12,8%	100,0%
gastronomiczne	77,8%	22,2%	0,0%	0,0%	100,0%
centra konfer. i wystawiennicze	57,6%	21,9%	9,0%	11,5%	100,0%
inne obiekty	61,3%	30,4%	7,4%	0,9%	100,0%

Załącznik 9. … c.d.

pochodzenie uczestników	z województwa śląskiego	z innych województw w Polsce	z zagranicy		razem
ogółem wszystkie obiekty	42,3%	51,7%	6,1%		100,0%
rodzaj obiektu:					
noclegowe	36,6%	57,7%	5,7%		100,0%
kulturalne	77,3%	15,9%	6,8%		100,0%
szkoły wyższe i placówki edukacyjne	5,9%	83,2%	11,0%		100,0%
sportowe	57,4%	40,7%	1,9%		100,0%
gastronomiczne	0,0%	100,0%	0,0%		100,0%
centra konfer. i wystawiennicze	40,8%	50,8%	8,4%		100,0%
inne obiekty	74,4%	20,8%	4,9%		100,0%

Źródło: K. Cieślikowski – opracowanie własne

Załącznik 10. Realizacja badania rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim według rodzaju obiektu



Źródło: K. Cieślikowski – opracowanie własne

Załącznik 11. Przyczyny odmowy udziału w badaniu rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim

18 obiektów, które odmówiły udziału w badaniu (w tym było: 14 obiektów noclegowych, 2 obiekty typu szkoły wyższe i placówki edukacyjne, 2 obiekty typu centrum konferencyjne i wystawiennicze), podawało następujące uzasadnienie:

Najczęściej powtórzono:

- „nie udzielamy takich informacji” (6 razy)
- „mamy gorący okres i nie wiem, kiedy się skończy” (2 razy)

… i po jednej odpowiedzi:

- „jest szczyt sezonu, pełne obłożenie i zaangażowanie pracowników w prace hotelowe – nie damy rady”
- „jesteśmy w trakcie zmian”
- „mamy za mało personelu, aby to zliczać”
- „nie gromadzimy takich statystyk”
- „nie jesteśmy w stanie do tego usiąść i zrobić ze względu na remont obiektu”
- „nie mam możliwości uzupełnienia plików, o które Pani prosi, nie mamy tego w komputerze"
- „nie prowadzimy takich analiz na własne potrzeby"
- „nie udzielimy informacji, gdyż mamy nową nakładkę na system i nie jesteśmy w stanie teraz wydobyć danych”
- „mamy teraz wiele obowiązków wynikających z codziennej pracy i nie jesteśmy w stanie poświęcić kilku godzin na analizę całego 2025 roku służącą wypełnieniu Państwa ankiety”
- „zmarła właścicielka i nie jesteśmy w stanie wydobyć takich liczb”.

Załącznik 12. Całkowita szacunkowa wielkość popytu rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim w 2025 r.

Cz. 1. Popyt na rynku wydarzeń mierzony liczbą wydarzeń w poszczególnych rodzajach obiektów

Rodzaj obiektu	Zaproszono do badania	Informacje uzyskane z odpowiedzi		Oszacowano w grupie obiektów „brak odpowiedzi”		Doszacowana wielkość popytu całkowitego
	Liczba obiektów	liczba obiektów wskazujących "1 i więcej wydarzeń"	liczba wydarzeń wykazanych przez obiekty	szac. liczba obiektów z wydarzeniami	szacunkowa liczba wydarzeń	liczba wydarzeń ogółem
	A	B	C	D	E	F = C +E
Noclegowe:						
5 gwiazdek	5	5	**1 090**	0	0	**1 090**
4 gwiazdki	47	25	**5 662**	22	4 983	**10 645**
3 gwiazdki	112	30	**3 140**	69	7 222	**10 362**
2 gwiazdki	33	1	**128**	16	2 048	**2 176**
1 gwiazdka	7	0	-	-	-	
inne obiekty noclegowe	62	5	**118**	29	684	**802**
kulturalne	152	32	**1 317**	53	2 173	**3 490**
szkoły wyższe i placówki edukacyjne:						
*- obiekty akademickie	29	16	**274**	8	136	**410**
*- inne edukacyjne.	156	0	**0**	0	0	**0**
sportowe	67	12	**266**	20	440	**706**
gastronomiczne	258	2	**18**	38	342	**360**
centra konferencyjne i wystawiennicze						
** - MCK Katowice*	1	1	**151**	0	0	**151**
* - inne centra konf.	36	5	**373**	21	1 567	**1 940**
inne obiekty	11	6	**478**	3	240	**718**
razem	976	140	**13 015**	279	19 835	**32 850**

Źródło: K. Cieślikowski – opracowanie własne

Zał. 12 c.d.

Cz. 2. Popyt na rynku wydarzeń biznesowych mierzony liczbą uczestników w poszczególnych rodzajach obiektów

Rodzaj obiektu	Zaproszono do badania	Informacje uzyskane z odpowiedzi		Oszacowano w grupie obiektów „brak odpowiedzi”		doszacowana wielkość popytu całkowitego
	Liczba obiektów	liczba obiektów wskazujących "1 i więcej wydarzeń"	liczba uczestników wykazanych przez obiekty	liczba obiektów z wydarzeniami	liczba uczestników wydarzeń	liczba uczestników ogółem
	A	B	C	D	E	F = C +E
Noclegowe:						
5 gwiazdek	5	5	**51 408**	0	**0**	**51 408**
4 gwiazdki	47	25	**239 601**	22	**210 867**	**450 468**
3 gwiazdki	112	30	**111 624**	69	**256 735**	**368 359**
2 gwiazdki	33	1	**6 625**	16	**106 000**	**112 625**
1 gwiazdka	7	0	-	-	-	
inne obiekty noclegowe	62	5	**4 723**	29	**27 377**	**32 100**
			0		**0**	
kulturalne	152	32	**182 709**	53	**302 047**	**484 756**
szkoły wyższe i placówki edukacyjne:			**0**		**0**	**0**
*- obiekty akademickie	29	16	**32 389**	8	**16 048**	**48 437**
*- inne edukacyjne.	156	0	**0**	0	**0**	**0**
sportowe	67	12	**137 708**	20	**227 920**	**365 628**
gastronomiczne	258	2	**600**	38	**11 286**	**11 886**
centra konferencyjne i wystawiennicze			**0**		**0**	
* - MCK Katowice	1	1	**428 922**	0	**0**	**428 922**
* - inne centra konf.	36	5	**13 199**	21	**55 450**	**68 649**
inne obiekty	11	6	**43 872**	3	**22 080**	**65 952**
razem	976	140	**1 253 380**	279	**1 235 810**	**2 489 190**

Źródło: K. Cieślikowski – opracowanie własne

Załącznik 13. Struktura rynku wydarzeń biznesowych z uwzględnieniem rodzaju obiektu wydarzeń i poziomu ważności obiektów – po doszacowaniu

Rodzaj obiektu	Liczba obiektów … w których realizowano co najmniej jedno wydarzenie biznesowe	Udział %	Liczba wydarzeń w obiektach, w których realizowano wydarzenia biznesowe	Udział %	Liczba uczestników wydarzeń biznesowych	Udział %	Kat.
Noclegowe:							
5 gwiazdek	5	1,2%	1 090	3,3%	51 408	2,1%	A
4 gwiazdki	47	11,2%	10 645	32,4%	450 468	18,1%	A
3 gwiazdki	99	23,6%	10 362	31,5%	368 359	14,8%	A
2 gwiazdki	17	4,1%	2 176	6,6%	112 625	4,5%	B
1 gwiazdka	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	C
inne obiekty noclegowe	34	8,1%	802	2,4%	32 100	1,3%	C
kulturalne	85	20,3%	3 490	10,6%	484 756	19,5%	A
szkoły wyższe i placówki edukacyjne:							
*- obiekty akademickie	24	5,7%	410	1,2%	48 437	1,9%	A
*- inne edukacyjne.	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	C
sportowe	32	7,6%	706	2,1%	365 628	14,7%	B
gastronomiczne	40	9,5%	360	1,1%	11 886	0,5%	C
centra konferencyjne i wyst.							
* - MCK Katowice	1	0,2%	151	0,5%	428 922	17,2%	A
* - inne centra konf.	26	6,2%	1 940	5,9%	68 649	2,8%	A
inne obiekty	9	2,1%	718	2,2%	65 952	2,6%	B
razem	**419**	100,0%	**32 850**	100,0%	**2 489 190**	100,0%	

Kategoria obiektu (poziom ważności)	Liczba obiektów	Udział %	Liczba wydarzeń	Udział %	Liczba uczestników	Udział %
Kategoria A *	263	62,8%	27 678	84,3%	1 852 562	74,4%
Kategoria B **	82	19,6%	4 010	12,2%	592 642	23,8%
Kategoria C ***	74	17,7%	1 162	3,5%	43 986	1,8%
razem	**419**	**100,0%**	**32 850**	**100,0%**	**2 489 190**	**100,0%**

* - Kategoria A: Obiekty o najwyższej ważności (kluczowe), które wymagają największej uwagi.
** - Kategoria B: Obiekty o średniej ważności.
*** - Kategoria C: Obiekty o najniższej ważności (marginalne).

Źródło: K. Cieślikowski – opracowanie własne

Załącznik 14. Obiekty wydarzeń biznesowych z uwzględnieniem średniej liczby wydarzeń i uczestników – po doszacowaniu

Rodzaj obiektu	**Liczba obiektów** … w których realizowano co najmniej jedno wydarzenie biznesowe	**Liczba wydarzeń** Średnio w jednym obiekcie w ciągu roku	**Liczba uczestników** Średnio w jednym obiekcie w ciągu roku	**Liczba uczestników** Średnio w jednym wydarzeniu
Noclegowe:				
5 gwiazdek	5	218	10 282	47
4 gwiazdki	47	226	9 584	42
3 gwiazdki	99	105	3 721	36
2 gwiazdki	17	128	6 625	52
1 gwiazdka	0	-	-	-
inne obiekty noclegowe	34	24	944	40
kulturalne	85	41	5 703	139
szkoły wyższe i placówki edukacyjne:				
*- obiekty akademickie	24	17	2 018	118
*- inne edukacyjne.	0	-	-	-
sportowe	32	22	11 426	518
gastronomiczne	40	9	297	33
centra konferencyjne i wystawiennicze				
* - MCK Katowice	1	151	428 922	2841
* - inne centra konf.	26	75	2 640	35
inne obiekty	9	80	7 328	92
Ogółem	**419**	78	5 941	76

Źródło: K. Cieślikowski – opracowanie własne

Podziękowania

*Pragnę złożyć serdeczne podziękowania **Silesia Convention Bureau** działającego przy Śląskiej Organizacji Turystycznej w Katowicach, za powierzenie mi zadania opracowania raportu „Rynek wydarzeń biznesowych w województwie śląskim w 2025 r.”. Proces badawczy oraz analiza popytu na tym dynamicznym i zróżnicowanym wewnętrznie rynku były niezwykle intersującym wyzwaniem, z którym zmierzenie się stanowiło dla mnie ogromną wartość zawodową i naukową.*

Słowa uznania i podziękowania za ogromne zaangażowanie, merytoryczne wsparcie i wszelkie uwagi w trakcie prac nad Raportem kieruję do zespołu Silesia Convention Bureau w osobach:

- ***Pani Agnieszki Sikorskiej** – General Manager, Silesia Convetion Bureau,*
- ***Pani Dominiki Wojniak** - Project manager, Silesia Convention Bureau,*
- ***Pana Sebastiana Gronet** – Project manager, Silesia Convention Bureau.*

*Dziękuję także **członkom mojego zespołu badawczego** za rzetelną pracę na każdym etapie projektu. Wyrazy wdzięczności kieruję również do **211 przedstawicieli obiektów biznesowych**, które udzieliły odpowiedzi i podzieliły się niezbędnymi do dalszej analizy danymi.*

Wszystkich Państwa zaangażowanie i współpraca pozwoliła na pomyślne sfinalizowanie badań oraz rzetelne oszacowanie wielkości rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim.

dr Krzysztof Cieślikowski

SILESIA CONVENTION BUREAU

ul. Mickiewicza 29

40-085 Katowice

Polska

tel. +48 32 207 207 4

tel. kom. +48 782 932 049

info@silesiaconvention.pl

Agnieszka Sikorska

General Manager

agnieszka@slaskie.travel

Dominika Wojniak

Project manager

dominika@silesiaconvention.pl

Sebastian Gronet

Project manager

sebastian@silesiaconvention.pl