



Uniwersytet
Ekonomiczny
w Katowicach



RAPORT

**Strona podaŹowa rynku wydarzeŃ biznesowych
w województwie śląskim.
Obiekty wydarzeŃ biznesowych.**



Katowice, kwiecieŃ 2024

AUTORZY OPRACOWANIA:

dr Krzysztof Cieřlikowski

dr Paweł Piotrowski

Zespół badawczy Centrum Badań i Rozwoju:

dr inż. Kamila Bartuć

mgr Adrian Wawro

lic. Marcin Dusza

Grzegorz Filipowski

Stanisław Wińniewski

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

Centrum Badań i Rozwoju

ul. 1 Maja 50

40-287 Katowice

tel. +48 32 257 73 33

cbir@ue.katowice.pl

www.ue.katowice.pl/cbir

Wprowadzenie	4
1. Podstawowe pojęcia stosowane w raporcie	8
2. Województwo śląskie jako destynacja wydarzeń biznesowych	22
2.1. Charakterystyka społeczno-gospodarcza województwa śląskiego	22
2.1.1. Znaczenie społeczno-gospodarcze województwa śląskiego	22
2.1.2. Województwo śląskie w rankingach aktywności gospodarczej	25
2.1.3. Szkolnictwo wyższe w województwie śląskim	26
2.1.4. Ważne wydarzenia biznesowe w województwie śląskim	26
2.2. Ogólna atrakcyjność turystyczna województwa śląskiego	28
2.2.1. Walory przyrodnicze	28
2.2.2. Walory kulturowe	29
2.2.3. Wizerunek województwa śląskiego i liczba turystów	32
2.3. Zagospodarowanie turystyczne województwa śląskiego	33
2.3.1. Baza noclegowa	33
2.3.2. Ceny noclegów	38
2.3.3. Restauracje w województwie śląskim	40
2.3.4. Infrastruktura rekreacyjno-sportowa	40
2.3.5. Infrastruktura kulturalna	41
2.4. Dostępność komunikacyjna województwa śląskiego	41
3. Metodyka badań empirycznych	44
4. Obiekty wydarzeń biznesowych w województwie śląskim w świetle badań rynkowych	46
4.1. Analiza ogólna obiektów wydarzeń biznesowych i ich potencjału usługowego	46
4.2. Analiza obiektów wydarzeń biznesowych według kategorii obiektu	62
4.2.1. Obiekty noclegowe jako obiekty wydarzeń biznesowych	62
4.2.2. Centra konferencyjne/wystawiennicze	69
4.2.3. Obiekty kultury jako obiekty wydarzeń biznesowych	74
4.2.4. Obiekty sportowe jako obiekty wydarzeń biznesowych	80
4.2.5. Szkoły wyższe i placówki edukacyjne jako obiekty wydarzeń biznesowych	85
4.2.6. Obiekty gastronomiczne jako obiekty wydarzeń biznesowych	91
4.2.7. Pozostałe obiekty wydarzeń biznesowych	96
Podsumowanie	97
Indeks terminów i pojęć	102
Bibliografia	103
Literatura zwarta	103
Artykuły	104
Raporty i inne opracowania	106
Witryny internetowe	107
Spis tabel	108
Spis rysunków	110
Załączniki	112

Współczesna gospodarka na świecie w znacznym stopniu rozwija się w oparciu o tworzone relacje międzyludzkie¹. Relacje nawiązywane są m.in. na spotkaniach bezpośrednich, a rola takich bezpośrednich kontaktów, pomimo doskonalenia technik komunikacji elektronicznej² jest ciągle duża³. Takie spotkania osobiste, szczególnie te grupowe, mają wiele różnych pozytywnych funkcji⁴ dla wszystkich podmiotów rynkowych zaangażowanych w spotkanie, bez względu na to w jakiej roli w tych spotkaniach uczestniczą (inicjatorów, organizatorów/wykonawców, wystawców, sponsorów, prelegentów, gości VIP, zwiedzających, uczestników obrad i szkoleń, osób towarzyszących, itd.).

Spotkania grupowe stwarzają ludziom możliwość nawiązania kontaktów, wspólnego spędzania czasu, budowania zaufania⁵. To także okazja do świętowania, doświadczania różnorodności kultur⁶ oraz wspierania się wzajemnego w rozwoju kreatywności i innowacji⁷. Spotkania grupowe umożliwiają

¹ por.: S. Hosen: What is the driving force of globalization? *International Journal of Publication and Social Studies*, 5(2), 2020, pp. 90–100. doi:10.18488/journal.135.2020.52.90.100; S. Knack, P. Zak: Building Trust: Public Policy, Interpersonal Trust, and Economic Development. *SSRN Electronic Journal*, 2002, doi:10.2139/ssrn.304640.

² por.: P. Singh, Y. Vats, A. Vats, R. Vats, R.: Promotion of events and festivals in the Digital Era. *E3S Web of Conferences*, 387, 2023, p. 04006. doi:10.1051/e3sconf/202338704006; W. G. Ryan, A. Fenton, W. Ahmed, P. Scarf: Recognizing events 4.0: The digital maturity of events. *International Journal of Event and Festival Management*, 11(1), 2020, pp. 47–68. doi:10.1108/ijefm-12-2019-0060; M. Krzywdzinski, C. Gerber, M. Evers: The social consequences of the Digital Revolution. *Le Grandi Questioni Sociali Del Nostro Tempo*. 2018, doi:10.30687/978-88-6969-273-4/008

³ por.: O. Alananzeh, A. Al-Mkhadmeh, H. S. Shatnawi: Events as a tool for community involvement and sustainable regional development: the mediating role of motivation on community attitudes, *Journal of Convention & Event Tourism*, 23:4, 2020, pp. 297–317; D. Getz: Event management and event tourism (2nd ed.). Cognizant, New York 2005; D. Getz, S.J. Page: Progress and prospects for event tourism research. *Tourism Management*, 52, 2016, pp. 593–631. doi: 10.1016/j.tourman.2015.03.007; J. Goldblatt: Special Events: Events Leadership for A New World. Hoboken, John Wiley & Sons Inc., New Jersey 2005; C. Jones, S. Li: The economic importance of meeting and conferences: A satellite account approach. *Annals of Tourism Research*, 52, 2015, pp. 177–133, doi.org/10.1016/j.annals.2015.03.004; T. Jamal, D. Getz: Collaboration theory and community tourism planning. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 1995, pp. 186–204, doi.org/10.1016/0160-7383(94)00067-3; V. Bartenev: The Global Economy as a Living System: Natural Science Foundations of Macroeconomics. Uniwersytet Warszawski. Wydział Zarządzania. Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 2018

⁴ por.: R. Davidson: Adding pleasure to business: Conventions and tourism. *Journal of Convention and Exhibition Management*, 5(1), 2003, pp. 29–39; D. Getz, Event tourism: Definition, evolution, and research, *Tourism Management*, Vol. 29, Issue 3, 2008, pp. 403–428, doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017

⁵ por.: P. Zmyślony, M. Zieliński, G. Leszczyński: Rola zaufania w relacjach publiczno-prywatnych na rynku spotkań. w: *Kwartalnik Naukowy Uczelni Vistula*, 2018, s. 175–190.

⁶ por.: G. Bowdin, G. McPherson, J. Flinn: Identifying and Analyzing Existing Research Undertaken in the Events Industry: A Literature Review for People1st'. Association for Events Management Education; Leeds 2006; D. Getz: Event Studies. Theory, Research and Policy for Planned Events. Elsevier, Oxford 2007, s. 18; J. B. Bączek: Psychologia eventów. Stageman Polska. Warszawa 2011, s. 11; C.A. Preston: How to successfully promote festivals, conventions, and expositions. John Wiley & Sons, New Jersey, 2012

⁷ por.: K. Borodako, P. Zmyślony: Sieci biznesowe w turystyce: koncepcja wskaźnika transferu wiedzy dla branży targowej. *Folia Touristica*, 2016, s. 217–235.

także ożywienie społeczności lokalnej, zapewniając destynacji, czyli miejscowości, w której realizowane są spotkania, możliwość zaprezentowania swojej historii, wyróżniających się osób, swoich doświadczeń turystycznych, a także zwiększenia aktywności gospodarczej różnych podmiotów zaangażowanych w ich przygotowanie i realizację. Dla podkreślenia rangi spotkania grupowego, szerokiego aspektu społecznego i znaczących implikacji gospodarczych używa się pojęcia wydarzenie.

Wydarzenia w znacznym stopniu przyczyniają się do budowania poczucia jedności, poprawy stylu życia, bywają okazją do odpoczynku, rozwoju kulturalnego, promocji turystyki, zwiększonej liczby odwiedzin, udziału wolontariatu, gromadzenia funduszy i rozwoju gospodarczego. Coraz częściej podkreśla się, że wydarzenia zawierają elementy zabawy, budują jedność społeczności lokalnej, są także wyrazem dumy z miejsca⁸. Wydarzenia to także ważne produkty podmiotów rynkowych zaangażowanych w ich przygotowanie i realizację, jak również produkty ważne dla destynacji turystycznej⁹. Niektórzy autorzy podkreślają, że każdy z tych podmiotów rynkowych zaangażowanych w jego realizację może skorzystać z wydarzenia także jako pewnej formy promocji¹⁰.

Analiza wydarzeń z uwzględnieniem podejmowanej na nich tematyki, czyli głównego celu, dla którego jest realizowane, pozwala wyróżnić wydarzenia: prywatne, kulturalne, sportowe i biznesowe¹¹. Z punktu widzenia administracji publicznej wydarzenia to także produkty turystyczne¹². Spotykają się na nich zarówno mieszkańcy, jak i odwiedzający. Podmioty rynkowe zaangażowane w procesy przygotowania i realizacji (dostawcy i odbiorcy, w tym także uczestnicy) wydarzeń są ze sobą

⁸ por.: G. Berridge: *Events design and experience*. Butterworth-Heinemann, Oxford 2006; G. Bowdin: *Events management*. 3rd ed. Butterworth-Heinemann, London 2011; G. Columbus, J. Goldblatt: *The complete guide to careers in special events: step toward success!* Wiley, New York 2010; R. Davidson, T. Rogers: *Marketing destinations and venues for conferences, conventions and business events: a convention and event perspective*. Butterworth-Heinemann, Oxford 2006; B. Hay: *Events management: An international approach*. *Journal of Tourism Futures*, 5(1), 2019, pp. 104–105. doi:10.1108/jtf-03-2017-0008 D. Getz: *Event studies: theory, research and policy for planned events*. 3rd ed. Routledge. London 2016

⁹ por.: K. Cieślowski: *Zarządzanie turystyką biznesową. Wybrane aspekty globalne i lokalne*. AWF Katowice, 2015, s. 65; A. Brusokas, K. Cieślowski: *Selected Attractiveness Factors of Academic Conferences as a Product on the International Tourism Market* *Turyzm/Tourism*, 30(1), 2020, pp. 13–20, doi.org/10.18778/0867-5856.30.1.13; K. Cieślowski: *Wydarzenia biznesowe jako produkty współczesnych stadionów sportowych*. w: *Kwartalnik Naukowy Uczelni Vistula*, Vistula, Warszawa 2018, nr 1 (55), s. 123–136;

¹⁰ por.: T. Żabińska: *Wydarzenie jako produkt turystyczny i narzędzie komunikacji marketingowej*. w: *Współczesny Marketing. Trendy, Działania*. red. G. Sobczyk, PWE, Warszawa 2008, s. 502–508; K. Cieślowski, J. Kantyka: *Wykorzystanie wielkich wydarzeń w promocji miasta – na przykładzie Katowic*. w: *Marketing miejsc - teraźniejszość czy przyszłość*, *Zeszyty Naukowe, Uczelnia Vistula*, Warszawa 2015, s. 29–42; K. Cieślowski: *Rola wydarzeń w promocji regionów turystycznych*. *Prace Naukowe UE we Wrocławiu*, 473/2017, s. 117–127

¹¹ por.: D. Getz, S. Page, J. Stephen: *Progress and prospects for event tourism research*. *Tourism Management*, Elsevier, vol. 52(C), 2016, pp. 593–631

¹² por.: D. Getz: *Special events: Defining the product*. w: *Tourism Management*, 10(2), 1989, s. 125–137; M. Czornik: *Miasto i jego produkty*. w: *Turystyka miejska. Prawidłowości i determinanty rozwoju*, red. T. Żabińska, UE, Katowice 2013, s. 36–52

w określonych relacjach, oddziałują na siebie nawzajem, zatem tworzą specyficzny rynek – **rynek wydarzeń**.

W przypadku podmiotów rynkowych zaangażowanych w spotkania grupowe (wydarzenia) realizowanych dla celów związanych z funkcjonowaniem i/lub rozwojem określonej organizacji, jak również osób/uczestników reprezentujących różne organizacje na tych spotkaniach grupowych, można mówić o **rynku wydarzeń biznesowych**.

Podmioty zainteresowane organizacją takich wydarzeń (i/lub uczestnictwem w wydarzeniu) tworzą stronę popytową rynku. Podmioty dostarczające usługi i dobra materialne dla zaspokojenia potrzeb strony popytowej rynku popytu tworzą stronę podażową, nazywaną także **przemysłem spotkań**.

Fundamentalne znaczenie dla rozwoju rynku wydarzeń mają podmioty rynkowe posiadające (oferujące) zasoby materialne dla organizacji wydarzeń – w tym szczególnie dysponujące budynkami, w których znajdują się pomieszczenia dla wydarzeń. Podmioty te nazwane są **obiektami wydarzeń** (ang. venue)¹³. Inwestycje w tego typu obiekty stanowią podstawę rozwoju rynku wydarzeń biznesowych i znacząco wpływają na rozwój gospodarki regionu¹⁴. Pokazanie specyfiki tych obiektów, a także ich różnorodności, z uwzględnieniem możliwości organizacji wydarzeń biznesowych, opisanie ich różnymi kryteriami podziałów, było głównym przedmiotem badań zespołu opracowującego Raport.

Głównym celem badań, których wyniki prezentuje niniejszy Raport było rozpoznanie rynku wydarzeń biznesowych w województwie śląskim od strony podażowej rynku ze szczególnym uwzględnieniem obiektów wydarzeń. Do jego realizacji wykorzystano zarówno wtórne jak i pierwotne źródła informacji oraz użyto następujących metod i technik badawczych:

- **analizę krajowej i zagranicznej literatury przedmiotu dotyczącej turystyki biznesowej**. Jej efektem było opracowanie i przyjęcie podstawowej terminologii oraz pojęć stosowanych w Raporcie, identyfikacja czynników decydujących o atrakcyjności destynacji turystyki biznesowej, identyfikacja oraz podział podmiotów rynkowych strony podażowej rynku wydarzeń, jak również wybór kryteriów ich charakterystyki,
- **analizę danych zastanych (*desk research*)**. Jej efektem była ogólna charakterystyka potencjału województwa śląskiego jako destynacji turystyki biznesowej, w takich obszarach jak potencjał społeczno-gospodarczy, ogólna atrakcyjność turystyczna, szeroko pojęta infrastruktura turystyczna i czasu wolnego, konkurencyjność cenowa regionu w zakresie kosztów organizacji wydarzeń biznesowych oraz dostępność komunikacyjna regionu,

¹³ por.: J. Swarbrooke, S. Horner: Business travel and tourism. Butterworth Heinemann, Oxford, 2002, s. 345

¹⁴ por.: K. Cieślowski: Ekonomiczne skutki spotkań konferencyjnych. W: Innowacje w przemyśle spotkań. red.: A. Grzegorzczak, J. Majewski, S. Wróblewski. Wyższa Szkoła Promocji, Warszawa 2014, s. 109-128

- **badanie ilościowe** zrealizowane na efektywnej próbie **967 podmiotów**, przy czym dla 909 podmiotów zebrano dane metodą ankiety internetowej (CAWI) wspomaganej telefonicznie przy wykorzystaniu kwestionariusza ankiety opracowanego przez zespół badawczy, zaakceptowanego przez Zamawiającego. Dla 58 podmiotów zebrano je na podstawie danych zastanych. Badania ankietowe realizowane były od **15 listopada 2023 roku do 7 marca 2024 roku**. Zakres podmiotowy badań obejmował przedstawicieli szeroko rozumianego sektora: turystycznego (m.in. miejsca noclegowe), organizacji imprez (m.in. centra konferencyjne, restauracje), kultury (m.in. muzea, teatry), wypoczynku i sportu (m.in. hale sportowe, stadiony). Badanie realizowano na terenie całego województwa śląskiego. Szczegółowe informacje na temat metodyki badań empirycznych zawarto w punkcie 3. Raportu.

Badaniem objęto podmioty rynkowe dysponujące/zarządzające obiektami znajdującymi się na terenie województwa śląskiego, które:

- mają co najmniej jedno pomieszczenie dla realizacji spotkań konferencyjnych i/lub wydarzeń biznesowych (z udziałem co najmniej 10 osób),
- deklarują gotowość do wynajęcia komercyjnego swoich pomieszczeń dla wydarzeń biznesowych i spotkań konferencyjnych.

Raport składa się z: wprowadzenia, części I (charakteryzującej kluczowe czynniki sprzyjające rozwojowi przemysłu wydarzeń w woj. śląskim), części II (gdzie przedstawiono metodykę badań rynkowych, ich wyniki wraz z analizą) oraz wniosków i podsumowania. Raport uzupełniają załączniki stanowiące tabelaryczne zestawienie podejmowanych w treści opracowania dyskusji i tło dla przyjmowanych kryteriów podziałów obiektów.

Przedstawiony dokument stanowi pierwsze tak szerokie spojrzenie na przemysł spotkań w województwie śląskim, ze wskazaniem specyfiki poszczególnych subregionów wyodrębnionych w istniejących już innych dokumentach strategicznych¹⁵ i opracowaniach¹⁶. Raport pokazuje atrakcyjność województwa śląskiego dla realizacji różnych wydarzeń biznesowych w świetle wybranych czynników atrakcyjności destynacji turystycznej na rynku wydarzeń zidentyfikowanych w innych opracowaniach (patrz zał. 5), a także z uwzględnieniem materialnego potencjału obiektów regionu do organizacji i obsługi wydarzeń biznesowych.

¹⁵ por.: Strategia rozwoju subregionu centralnego województwa śląskiego na lata 2014 – 2020 z perspektywą do 2030 r., ze szczególnym uwzględnieniem zagadnień rozwoju transportu miejskiego, wraz ze strategią dla zintegrowanych inwestycji terytorialnych (ZIT). Centrum Badań i Ekspertyz, UE Katowice, 2014, Program rozwoju turystyki w województwie śląskim 2020+. Projekt. Śląski Urząd Marszałkowski, Katowice 2017,

¹⁶ por.: P. Piotrowski: Zmiany poziomu rozwoju funkcji turystycznej w rejonach turystycznych województwa śląskiego. Studia Ekonomiczne 215, UE Katowice 2015, s. 57-73

1. PODSTAWOWE POJĘCIA STOSOWANE W RAPORCIE

Analiza i interpretacja zebranych danych o podmiotach rynkowych przemysłu spotkań (strony podażowej rynku wydarzeń biznesowych) wymaga doprecyzowania wykorzystanych pojęć, pokazania rodzajów kluczowych dla rozwoju rynku wydarzeń podmiotów rynkowych, wskazania oraz uzasadnienia przyjętych kryteriów ich podziałów. W istniejących już opracowaniach zauważa się zróżnicowanie zakresu przedmiotowego i podmiotowego badań rynku wydarzeń biznesowych (patrz zał. 4). Podstawowym a zarazem najbardziej ogólnym pojęciem w tym Raporcie jest rynek.

Rynek w ujęciu ekonomicznym tworzą sprzedający i kupujący. Oznacza ogół stosunków zachodzących między nimi. Sprzedawcy, mający do zaoferowania przedmioty wymiany (produkty, usługi, pracę itd.), reprezentują podaż, a nabywcy, wyrażający zainteresowanie ich zakupem, popyt¹⁷.

Rynek poddawany jest podziałom poprzez zastosowanie:

- kryterium przedmiotów wymiany (rynek produktów, rynek usług, rynek pracy, rynek pieniądza),
- kryterium podmiotów rynku (konkretna nazwa rynku nawiązuje do rodzaju podmiotów, występujących po stronie podaży, jak i popytu),
- kryterium przestrzenne (wtedy akcentuje się przestrzenne usytuowanie podmiotów rynku)¹⁸.

U podstaw *przedmiotowego* wyodrębniania rynków nie leżą produkty, ich nazwy, lecz główne funkcje użytkowe produktów wyrażające się w zdolności do zaspokajania określonych potrzeb. Jeżeli potrzeby te dotyczą uczestników wydarzeń biznesowych, to można mówić o rynku wydarzeń biznesowych wyodrębnionym wg tego kryterium.

Rynek w wymiarze *podmiotowym* obejmuje zarówno nabywców tworzących popyt, zgłaszających specyficzne potrzeby (strona popytowa rynku), jak i dostawców produktów zaspokajających te potrzeby (strona podażowa)¹⁹, np. rynek obiektów wydarzeń biznesowych.

Natomiast czynnikiem rozstrzygającym o *przestrzennym* rynku jest zasięg skutecznego oddziaływania oferty określonego dostawcy. Inaczej mówiąc rynek przestrzenny kończy się tam, gdzie nie ma już

¹⁷ por.: W. Wrzosek: Funkcjonowanie rynku. PWE, Warszawa 2002, s. 13.

¹⁸ tamże, s. 36.

¹⁹ por.: B. Knight, J. McGee: Demand analysis in theory. Wiley Encyclopedia of Management, 2015, pp. 1–4.
doi:10.1002/9781118785317.weom120078

rzeczywistych i potencjalnych nabywców²⁰, np. międzynarodowy lub krajowy rynek wydarzeń biznesowych.

Na każdym rynku dochodzi do interakcji (wzajemnych relacji) między kupującymi a sprzedającymi, które także mają wpływ na specyfikę określonego rynku²¹.

Przyjmując za kryterium wyodrębnienia określonego rynku potrzeby związane z organizacją spotkań (w tym szczególnie grupowych) i uczestnictwem w takich spotkaniach, można mówić o **rynku spotkań**.

Według słownika języka polskiego **spotkanie** to zdarzenie polegające na tym, że osoby zjawiają się w jakimś miejscu, aby następnie wspólnie spędzić ze sobą czas²². Dla podkreślenia wyjątkowości spotkania i dużego znaczenia zarówno dla uczestników, organizatorów, a także gospodarki regionu, używa się sformułowania **wydarzenie**.

W literaturze polskiej termin „wydarzenie” (z j. angielskiego „event”) bywa zamiennie stosowany z terminem „spotkanie” czy też „impreza”²³. Przy czym termin „spotkanie” w różnych opracowaniach często odnosi się do opisów spotkań grupowych biznesowych²⁴ lub konferencyjnych (różnych ich form)²⁵.

Zatem rynek wydarzeń zostaje wyodrębniony z szerokiego rynku w ogóle, po uwzględnieniu kryterium przedmiotu wymiany, jakim jest specyficzny produkt – „wydarzenie”, czyli coś „specjalnego”, „wyjątkowego”, „unikatowego”, „wykraczającego poza codzienne doświadczenia”, coś odróżniającego czas ich trwania od innych bardziej rutynowych czynności, takich jak np. praca²⁶. Spędzanie czasu na wydarzeniach może być formą odpoczynku, społecznym i kulturowym doświadczeniem²⁷.

Zatem „**wydarzenie**” jest określeniem różnych form spotkań grupowych: biznesowych, kulturalnych, sportowych, a nawet spotkań prywatnych i pochodzi z języka angielskiego od słowa „event”²⁸.

Wydarzenia prywatne stanowią grupę różnych okolicznościowych imprez (spotkań) związanych z prywatnym celem zleceniodawcy (uroczystościami sytuacyjnymi, rocznicami itp.), finansowanych

²⁰ por. R. Niestrój: Zarządzanie marketingiem. Aspekty strategiczne. PWN, Warszawa-Kraków 1996, s. 28-33.

²¹ por.: D. Begg, S. Fischer, R. Dornbusch: Ekonomia: Mikroekonomia, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1997, W. Wrzosek: Funkcjonowanie rynku, PWE, Warszawa 2002, s.13

²² por.: Wielki słownik języka polskiego. Wydawnictwo Naukowe PWN, T. 4, Warszawa 2018

²³ K. Cieślowski: Event marketing. Podstawy teoretyczne i rozwiązania praktyczne. AWF Katowice, 2016, s. 19

²⁴ por.: R. Davidson: Business Events. 2nd edition. Routledge, Oxfordshire 2019; Raport. Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce. POT, Warszawa 2021.

²⁵ por.: K. Cieślowski: Rynek turystyki konferencyjnej. Tom I. Podstawy teoretyczne. Funkcjonowanie i rozwój na świecie, AWF, Katowice 2014

²⁶ D. Getz: Special events: Defining the product, Tourism Management, 10(2), 1989, s. 125-137

²⁷ J. Goldblatt: Special Events: Creating and Sustaining a New World for Celebration, J. Willey & Sons Inc., New Jersey 2014

²⁸ D. Getz: Event tourism: Definition, evolution, and research, Tourism Management 29 (3), 2008, s. 403-428.

głównie ze środków własnych (prywatnych) zleceniodawcy (np. wesela, przyjęcia, spotkania towarzyskie).

Wydarzenia sportowe to imprezy – widowiska lub spotkania grupowe – związane z czynnym uczestnictwem w zajęciach rekreacyjnych lub konkurencjach sportowych, czasami z rywalizacją, którym towarzyszą zazwyczaj duże emocje aktywnych uczestników, jak i obserwatorów.

Wydarzenia kulturalne to wszelkie wydarzenia świeckie lub religijne organizowane przez i/lub dla publiczności (festiwale, karnawały, ceremonie religijne, parady, uroczystości rocznicowe, zjazdy religijne itp.).

Do *wydarzeń biznesowych* zalicza się różne formy spotkań konferencyjnych (kongresy, konferencje, zjazdy, sympozja, szkolenia, seminaria), a także imprezy motywacyjne, targi i wystawy gospodarcze. To zebrania grona osób w 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/zleceniodawcy²⁹.

Realizacja wydarzeń, jako złożonego produktu, wymaga zaangażowania wielu różnych podmiotów po stronie podaży (obiektów spotkań, infrastruktury transportowej, bazy noclegowej i innych) w tym także aktywnej współpracy, koordynacji działań ze strony administracji miasta, a także po stronie popytu (w proces przygotowania, realizacji aktywnie włączają się uczestnicy, promując wydarzenie, czy też zgłaszając z wyprzedzeniem swoje potrzeby). Podmioty te tworzą szeroko pojęty rynek wydarzeń. Podmiotami szczególnie istotnymi dla realizacji wydarzeń są **obiekty spotkań** (obiekty wydarzeń), czyli *budynki lub zespół budynków albo urządzeń terenowych, które dysponują możliwościami organizowania spotkań grupowych*³⁰. Wśród różnych obiektów spotkań wymienia się m.in.: hotele (w tym motele, zajazdy), centra szkoleniowe z zakwaterowaniem, pałace, zamki, obiekty sportowe, sanatoryjne, rekreacyjne, centra kongresowe, konferencyjne (w tym obiekty targowe i wystawowe), ośrodki naukowe i akademickie, obiekty kultury (kina, teatry, opery, galerie, muzea, sale wystaw artystycznych), jak i inne wielofunkcyjne obiekty³¹. Zatem: szeroko rozumiany **rynek wydarzeń** to wszyscy interesariusze, czyli podmioty zaangażowane w przygotowanie i realizację specyficznego

²⁹ więcej w: K. Cieślowski, J. Kantyka: Wykorzystanie wielkich wydarzeń w promocji miasta – na przykładzie Katowic. Marketing miejsc – teraźniejszość czy przyszłość? Zeszyty Naukowe, nr 40 Uczelnia Vistula, Warszawa 2015, s. 29–41

³⁰ por.: K. Cieślowski: Koncentracja geograficzna obiektów spotkań a rozwój przemysłu wydarzeń w województwie śląskim w: Ekonomiczne Problemy Turystyki. 3/2016 (35), Wydawnictwo Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2016, s. 147-159

³¹ por.: K. Cieślowski, J. Kantyka: Współczesne obiekty sportowe jako podmioty na rynku turystyki biznesowej w Polsce. Podstawy funkcjonowania rynku turystycznego, Ekonomiczne Problemy Turystyki, nr 1 (25), Szczecin 2014, s. 147–163

produktu jakim są wydarzenia (spotkania grupowe), zaliczając do nich zarówno nabywców (zleceńodawców, uczestników), dostawców (usług, dóbr materialnych), a także wszelkie relacje zachodzące między nimi w określonym czasie.

Rynek wydarzeń jest zróżnicowany, a zatem może podlegać bardziej szczegółowym podziałom. Do kryteriów podziału (wymienianych w wielu opracowaniach i raportach branżowych – patrz. także zał. 4) zalicza się m.in.:

- główny (dominujący) cel, dla którego jest wydarzenie realizowane (rynek wydarzeń prywatnych, sportowych, kulturalnych, biznesowych)³²,
- wielkość wydarzenia, liczba uczestników (rynek wydarzeń małych, średnich, dużych, mega wydarzeń),
- dominujący rodzaj uczestnika (rynek wydarzeń dla mieszkańców, dla osób odwiedzających),
- pochodzenie uczestników (wydarzenie lokalne, regionalne, ogólnokrajowe, międzynarodowe),
- częstotliwość (rynek wydarzeń regularnych, nieregularnych),
- powtarzalność (rynek wydarzeń okazjonalnych/jednorazowych, powtarzalnych),
- ranga wydarzeń (np. rynek kongresów, konferencji, szkoleń).

Jeżeli główny cel wydarzeń realizowanych na danym rynku związany jest z funkcjonowaniem i rozwojem określonych organizacji (przedsiębiorstw, organizacji not-for profit, instytucji administracji publicznej, itp.), to wyodrębnić można rynek wydarzeń biznesowych i spotkań konferencyjnych, gdzie przedmiotem transakcji (produktem) są wydarzenia biznesowe. Zatem:

Wydarzenia biznesowe to grupowe spotkania co najmniej 10 osób w jednym pomieszczeniu, w celach związanych z ich pracą (w tym w celach edukacyjnych, naukowych, wymiany informacji, odbycia debaty lub dyskusji, osiągnięcia porozumienia lub podjęcia decyzji, budowania relacji, nawiązania kontaktów handlowych i inne) trwające co najmniej 4 godziny i zrealizowane w wynajętym na tę okoliczność pomieszczeniu³³.

Zalicza się do nich wszelkie *spotkania konferencyjne* (w tym: kongresy, konferencje, sympozja, seminaria, szkolenia, warsztaty)³⁴ i *inne wydarzenia wspierające bezpośrednie funkcjonowanie*

³² por.: K. Cieślowski: Rynek wydarzeń w największych miastach Polski w 2022 roku. Etap I. Unia Metropolii Polskich im. P. Adamowicza, Warszawa 2022

³³ zgodnie z zaleceniami Światowej Organizacji Turystyki zapisanymi w opracowaniu: Measuring the Economic Importance of the Meetings Industry – Developing a Tourism Satellite Account Extension. World Tourism Organization, Madrid, Spain, 2006, s. XII

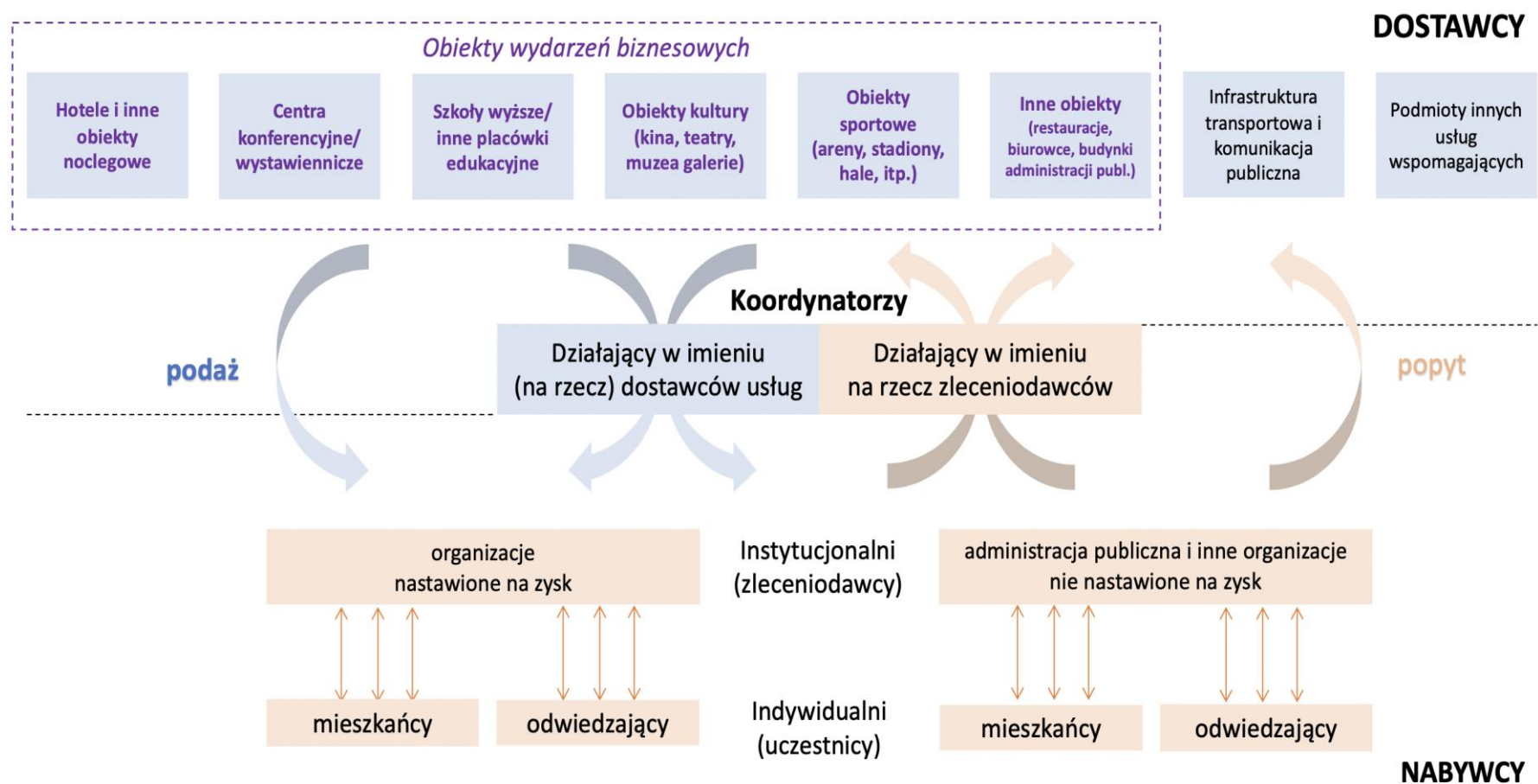
³⁴ por.: K. Cieślowski, T. Żabińska: Turystyka kongresowa – aspekty globalne i regionalne. W: Marketing – przełom wieków. Paradygmaty, Zastosowania. tom II. red. K. Mazurek-Łopacińska, Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu nr 852, t. 2, Wrocław 2000, s. 278-287

organizacji na swoich rynkach (w tym: targi i wystawy, spotkania konferencyjne połączone z wyjazdami typu „incentive” (motywacyjne); a także uroczyste gale i inne firmowe spotkania okolicznościowe, takie jak wręczenia nagród i wyróżnień, rocznice firmowe, itd.). Zatem:

Rynek wydarzeń biznesowych tworzą różne podmioty strony podaźowej oferujące komercyjnie pomieszczenia, produkty materialne, usługi dla organizacji i obsługi grupowych spotkań biznesowych oraz konferencyjnych, jak i podmioty zgłaszające popyt - zainteresowane korzystaniem z tych usług, a także infrastruktury dla realizacji tych spotkań grupowych.

Strona podaźowa tego rynku obejmuje wszelkie podmioty rynkowe dostarczające produkty cząstkowe (dobra materialne, jak i usługi) składające się na całość oferty dla podmiotów strony popytowej tego rynku, czyli zainteresowanych zleceniem wydarzeń, jak i podmiotów rynkowych zainteresowanych uczestnictwem w nich³⁵. (rys. 1).

³⁵ więcej w K. Cieślowski, Rynek turystyki konferencyjnej. T. 1: Podstawy teoretyczne. Funkcjonowanie i rozwój na świecie. AWF Katowice, Katowice 2014, s. 26-37; K. Cieślowski: Zarządzanie turystyką biznesową. Wybrane aspekty globalne i lokalne. AWF Katowice, Katowice 2015, s. 22-28



Rysunek 1 Rynek wydarzeń biznesowych – podmioty i wzajemne relacje

Źródło: opracowanie własne na podstawie K. Cieślowski: Rynek turystyki konferencyjnej. T. I. Podstawy teoretyczne. Funkcjonowanie i rozwój na świecie. AWF Katowice, 2014, s. 36

Wśród dostawców (strona podażowa rynku wydarzeń biznesowych) wyróżnia się m.in.:

- centra konferencyjne/wystawiennicze,
- hotele i inne obiekty noclegowe,
- szkoły wyższe (lub inne placówki edukacyjne),
- obiekty kultury,
- obiekty sportowe,
- restauracje i inne obiekty usług gastronomicznych,
- infrastruktura transportowa i komunikacyjna,
- podmioty innych usług wspomagających.

Ponadto po stronie podażowej zaliczyć można, tzw. koordynatorów rynku, działających na rzecz dostawców (np. miejskie i regionalne Convention Bureaus), a także inne podmioty organizujące wydarzenia działające na zlecenie i w imieniu zleciiodawców.

Rozwój rynku wydarzeń wymaga specjalnej infrastruktury materialnej (obiektów wydarzeń, infrastruktury umożliwiającej dojazd, parkingów, atrakcji czasu wolnego, itp.). Tymi zasobami dysponuje zarówno administracja publiczna, która powinna aktywnie wspierać podmioty prywatne funkcjonujące na tym rynku, koordynować współpracę między nimi i procesy budowania wzajemnego zaufania tych podmiotów na rynku wydarzeń, w tym szczególnie biznesowych, takimi podmiotami są zazwyczaj Convention Bureau³⁶. Działają one na rzecz dostawców częściowych usług z określonego administracyjnie obszaru.

Fundamentalne/pierwotne dla funkcjonowania i rozwoju rynku wydarzeń biznesowych są obiekty takich wydarzeń, które stanowią także główne podmioty badań w Raporcie.

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

Definicja obiektu wydarzeń biznesowych przyjęta w Raporcie nawiązuje wprost do zaleceń Światowej Organizacji Turystyki, gdzie wskazuje się minimalną liczbę osób na spotkaniu grupowym (10 osób), a także opisu miejsca, w którym są realizowane wydarzenia (tzw. venue), gdzie powinno być co najmniej jedno pomieszczenie komercyjnie udostępniane podmiotom rynkowym zainteresowanym

³⁶ por.: N. Piechota: Rola convention bureau w kształtowaniu konkurencyjności miasta. Wydawnictwo UEP. Poznań, 2021

zorganizowaniem wydarzenia³⁷. Przy czym inne organizacje stosują inne kryteria w prowadzonych badaniach rynku wydarzeń (patrz. zał. 4).

Współczesne opracowania podejmujące tematykę rynków wydarzeń biznesowych dość swobodnie kategoryzują podmioty funkcjonujące na tym rynku, jak i zrealizowane wydarzenia (produkty stanowiące przedmiot wymiany na wskazanym rynku). Pokazują szeroki aspekt gospodarczy wydarzeń dla regionu, w tym szczególnie duże znaczenie wydarzeń biznesowych, jednak niejednoznacznie kwalifikują kategorie poszczególnych obiektów wydarzeń.

Typologia obiektów wydarzeń biznesowych w różnych opracowaniach zwartych i raportach branżowych na świecie nie jest jednoznaczna³⁸ (zob. zał. 1). Także w literaturze przedmiotu i w raportach branżowych w Polsce brak jest jednomyślności co do kryteriów podziału obiektów wydarzeń³⁹ (zob. zał. 2). Największa różnorodność podziałów tych podmiotów rynkowych zauważalna jest w internetowych wyszukiwarkach obiektów wydarzeń⁴⁰, w tym szczególnie w kształtowaniu kryteriów podziałów i grup (typów) obiektów (zob. zał. 3). Jeden z portali internetowych⁴¹ wymienił nawet 41 możliwych grup obiektów wydarzeń biznesowych i spotkań konferencyjnych.

Takie zróżnicowanie w podejściu do obiektów spotkań na rynku wydarzeń stanowi duże wyzwanie dla prowadzenia badań rynkowych i porównywania wyników⁴². Nawet w badaniach i raportach Poland Convention Bureau działającego przy Polskiej Organizacji Turystycznej, w początkowych latach projektów badawczych obiekty dysponujące pomieszczeniami dla spotkań konferencyjnych i wydarzeń biznesowych dzielono na 6 grup: hotele, centra konferencyjno-targowe, uczelnie wyższe wynajmujące sale pod organizację spotkań i wydarzeń, obiekty kulturalne wynajmujące sale pod organizację spotkań i wydarzeń, obiekty historyczne (zamki, pałace, dwory), inne⁴³. Natomiast od Raportu opublikowanego

³⁷ por.: Measuring the Economic Importance of the Meetings Industry – Developing a Tourism Satellite Account Extension. World Tourism Organization, Madrid, Spain, 2006, s.XII

³⁸ por.: The UK Events Report 2020, BVEP, London 2020; a także w: UK Events Market Trends Survey 2013. Tourism Consulting and Tony Rogers Conference & Event Services, Eventia, TEAM, Birmingham, 2013;

³⁹ por.: D. Getz, S.J. Page: Progress and prospects for event tourism research. *Tourism Management* 52 (2016), pp. 593-631; K. Cieślowski: Kierunki rozwoju przemysłu wydarzeń w Katowicach na lata 2016 - 2020, Wydział Promocji, UM Katowice, 2016; K. Cieślowski: Koncentracja geograficzna obiektów spotkań a rozwój przemysłu wydarzeń w województwie śląskim. w: *Ekonomiczne Problemy Turystyki*. 3 (35), Szczecin 2016, s.147-159

⁴⁰ do najpopularniejszych zalicza się: www.confero.pl, www.e-konferencje.pl, www.konferencje.pl, www.miejscakonferencyjne.pl, www.mojekonferencje.pl, www.salebiznesowe.pl, www.salekonferencyjne.pl; zobacz też.: D. Ogrodnik, Rynek obiektów konferencyjnych w Polsce w 2020 r. Raport specjalny. Biznes hotel, Warszawa 2020, s. 6

⁴¹ por.: e-konferencje.pl

⁴² więcej w: K. Cieślowski: Problemy badania rynku turystyki konferencyjnej w Polsce. w: *Zeszyty Metodyczno-Naukowe* nr 34, Sport i turystyka, aspekty społeczne, ekonomiczne i prawne. red. J. Kantyka, AWF Katowice, Katowice 2012, s. 83-111

⁴³ por.: K. Celuch, E. Dziedzic: Raport. Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce 2011. POT, Warszawa 2011, s. 14

w 2013 r. istnieje podział na 4 grupy: hotele, centra wystawiennicze/kongresowe, obiekt/sala na specjalne wydarzenia, szkoła wyższa⁴⁴. Przy czym nie wskazano jasnych kryteriów kwalifikacji obiektu wydarzenia do poszczególnych grup.

W opracowaniach zagranicznych podkreśla się rosnące zróżnicowanie ofert oraz typów obiektów wydarzeń⁴⁵.

Jedną z definicji obiektu wydarzeń biznesowych wskazuje, że jest to „miejsce, obiekt, teren, zabudowa tymczasowa i inne, dla wydarzeń biznesowych. Ofertę takich obiektów do organizacji wydarzeń stanowią zarówno powstałe właśnie w tym celu, jak i adaptowane lub budowane często jedynie tymczasowo z powodu realizacji określonego typu wydarzenia”⁴⁶.

Generalnie do obiektów wydarzeń biznesowych zalicza się zarówno te, które są dedykowane głównie wydarzeniom biznesowym, takie jak: centra kongresowe, hale wystawowe, hotele z salami konferencyjnymi, itp.; ale także inne obiekty takie jak: naukowe i edukacyjne, kulturalne i religijne, sportowe, które oferują komercyjnie pomieszczenia wykorzystywane także dla wydarzeń biznesowych lub spotkań konferencyjnych⁴⁷. Davidson podkreśla, że ostateczny wybór obiektu na wydarzenia podyktowany będzie praktycznymi aspektami i preferencjami zleceniodawcy, a nie stosowaną nomenklaturą, czy też zakwalifikowaniem obiektu do jednej z grup⁴⁸. Zatem ich podział na etapie badania rynku będzie raczej umowny, ale powinien być oparty o analizę istniejących w literaturze i innych raportach typów obiektów wydarzeń biznesowych oraz dać możliwość pokazania specyfiki tych obiektów i regionu, z uwzględnieniem dotychczasowych inwestycji w takie objęty na danym obszarze.

Mając to na uwadze, a także przyjmując, iż jednym z głównych kryteriów podziału może być główna funkcja obiektu (np. wynikająca z głównej/dominującej oferty danego obiektu) i zakres świadczonych usług, to obiekty wydarzeń biznesowych podzielono w tym Raporcie na 6 grup:

- *hotele i inne 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),

⁴⁴ por.: K. Celuch: Raport. Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce 2011. POT, Warszawa 2013, s. 11

⁴⁵ por.: T. Rogers, R. Davidson: Marketing Destinations and Venues for Conferences, Conventions and Business Events. Routledge, New York, 2016, pp. 216 - 214

⁴⁶ por.: Poland Events Impact 2019. Wpływ ekonomiczny przemysłu spotkań na gospodarkę Polski. Szkoła Główna Turystyki i Hotelarstwa VISTULA, Celuch Consulting, Toruń 2020, s. 29

⁴⁷ por.: K. Cieślowski: Analiza wybranych uwarunkowań rozwoju rynku eventów biznesowych i edukacyjnych dla podejmowania decyzji inwestycyjnych i zarządzania wielofunkcyjnymi obiektami gastronomicznymi na terenie województwa podkarpackiego. Business Destination Alliance Krzysztof Cieślowski, Rzeszów 2016; K. Cieślowski: Rynek wydarzeń w największych miastach Polski. Raport - Etap I. Unia Metropolii Polskich, Warszawa 2022,

⁴⁸ por.: R. Davidson: Business Events. Routledge, New York 2019, s. 36

- *centra konferencyjne/wystawiennicze* (typowe obiekty wydarzeń / głównie dla wydarzeń biznesowych budowane, z co najmniej jedną wielką salą i kilkoma mniejszymi dedykowanymi wydarzeniom biznesowym oraz spotkaniom konferencyjnym, raczej bez możliwości zakwaterowania w swoich zasobach),
- *szkoły wyższe lub inne 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 kultury* (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),
- *inny obiekt* (w tym m.in.: obiekty wydarzeń typu restauracje oraz inne obiekty usług gastronomicznych⁴⁹, biurowce z salami konferencyjnymi, inne budynki administracji publicznej, a także inne obiekty spotkań gdzie indziej niezakwalifikowane, które posiadają w swoich zasobach co najmniej jedno pomieszczenie/salę udostępnianą komercyjnie na wydarzenia biznesowe i spotkania konferencyjne).

Na specyfikę tych obiektów wpływają nie tylko ich funkcje użytkowe, zakres usług, ale także różne modele biznesowe funkcjonowania na rynkach, struktury organizacyjne dedykowane do obsługi wydarzeń, procedura zapytania o możliwość wynajmowania pomieszczeń, a także sposoby finansowania realizowanych w swoich zasobach wydarzeń.

Obiekty te różnią się pojemnością (liczbą osób), liczbami pomieszczeń dedykowanych spotkaniom grupowym, wyposażeniem dla wydarzeń biznesowych i innymi cechami poddanymi analizie w dalszej części Raportu. Jednak, wszystkie te obiekty wydarzeń biznesowych (podzielone na 6 grup w Raporcie) dysponują co najmniej jednym pomieszczeniem (salą konferencyjną) celowo lub okazjonalnie udostępnianym komercyjnie na wydarzenia biznesowe i spotkania konferencyjne.

Salę konferencyjne to pomieszczenia dla co najmniej 10 osób, znajdujące się w określonym obiekcie wydarzeń biznesowych, wyodrębnione celowo lub okazjonalnie adaptowane dla realizacji wydarzeń biznesowych i spotkań konferencyjnych.

⁴⁹ W tym raporcie „obiekty gastronomiczne”, z uwagi na dużą ich liczbę i znaczący udział potencjału dla realizacji wydarzeń biznesowych (miejsca siedzące dla uczestników) w grupie „inny obiekt”, obiekty usług gastronomicznych zostały wyodrębnione w analizie końcowej

Sale konferencyjne można charakteryzować poprzez opis jej parametrów takich jak: powierzchnia, wysokość, maksymalna pojemność (liczba osób w pomieszczeniu przebywająca razem na spotkaniu), wyposażenie (różne elementy wyposażenia), co też stanowiło przedmiot badań w tym Raporcie.

Jak pokazują różne badania rynku wydarzeń biznesowych na świecie i w Polsce najczęściej wydarzeń biznesowych i spotkań konferencyjnych realizowanych jest w *hotelach*⁵⁰. Zatem stanowią one znaczące podmioty na tym rynku, a niemal każdy hotel w Polsce (nawet te niższej kategoryzacji) posiada pomieszczenie przeznaczone na komercyjne udostępnianie dla spotkań biznesowych z co najmniej 10 uczestnikami. Natomiast najczęściej uczestników wydarzeń biznesowych odnotowywanych jest w *centrach konferencyjnych i wystawienniczych*. Obiekty takie zazwyczaj dysponują wielkimi salami konferencyjnymi, powierzchniami wystawienniczymi, posiadają szerokie zaplecze by obsłużyć dużą liczbę uczestników w tym samym czasie.

Specyfika rynku wydarzeń biznesowych przejawia się także w tym, że oprócz celowo dla wydarzeń biznesowych budowanych obiektów, inne również oferują swoje pomieszczenia dla spotkań konferencyjnych i wydarzeń biznesowych (w tym: szkoły wyższe lub inne placówki edukacyjne, obiekty kultury, obiekty sportowe i inne np. obiekty usług gastronomicznych).

Szkoły wyższe lub inne placówki edukacyjne w procesie komercjalizacji usług udostępniają swoje pomieszczenia komercyjnie dla organizacji spotkań konferencyjnych i wydarzeń biznesowych podmiotom zewnętrznym. Wiąże się to z pewnymi ograniczeniami dla organizatorów (wynikającymi m.in. z określonej w czasie dostępności pomieszczeń, ich wyposażenia, jak i dostępności pozostałej infrastruktury obiektu dla uczestników), jednak pojawiające się oferty tych obiektów jako podmiotów na rynku wydarzeń biznesowych skłaniają do uwzględnienia ich w badaniu.

Obiekty kultury, które zazwyczaj prowadzą działalność w zakresie organizacji wydarzeń kulturalnych, z uwagi na swoje zasoby materialne stanowią także interesującą grupę obiektów na wydarzenie biznesowe. Podobnie jak w przypadku szkół wyższych i innych placówek edukacyjnych, są tutaj ograniczenia czasowe, jednak ich wyjątkowość wyposażenia, unikatowość budynków oraz atmosfera miejsca wynikająca z różnych doświadczeń uczestników, zachęca do lokowania tam wydarzeń biznesowych.

⁵⁰ por. K. Cieślowski.: Hotele jako kluczowe podmioty w procesie kształtowania oferty na rynku turystyki konferencyjnej. W: Turystyka biznesowa. Zeszyty naukowe nr 24, Wyższa Szkoła Ekonomiczno-Informatyczna, Warszawa 2010, s. 7–23; K. Celuch: Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce 2016, POT, Warszawa 2016, s. 3

Współczesne *obiekty sportowe* nie ograniczają się tylko do funkcji realizacji zajęć sportowych, organizowania wydarzeń związanych z określoną dyscypliną sportu, ale także posiadają w swojej kubaturze sale konferencyjne i inne pomieszczenia, które w procesach komercjalizacji udostępniają na spotkania konferencyjne, czy wydarzenia biznesowe. Organizator realizując wydarzenia biznesowe może korzystać z infrastruktury danego obiektu sportowego (parkingi, windy, toalety, korytarze), a także czasami z wydarzeń sportowych, jako atrakcji spędzania czasu wolnego po konferencji.

Do grupy *inne obiekty* wydarzeń biznesowych i spotkań konferencyjnych zalicza się m.in.: restauracje oraz inne obiekty usług gastronomicznych, które stanowią bardzo zróżnicowaną pod względem pojemności grupę podmiotów rynkowych. Zazwyczaj posiadają pomieszczenia dedykowane usługom gastronomicznym, jednak współcześnie specyfika funkcjonowania przedsiębiorstw i innych organizacji przejawia się w realizowaniu służbowych spotkań grupowych w takich obiektach (wymieniane także jako osobne grupy obiektów patrz zał. 3). Restauracje oferują możliwość realizacji raczej małego pod względem liczby osób spotkania, dedykowanego i zamkniętego dla uczestników. W związku z tym, chociaż nie są to podmioty o dużym potencjale usługowym dla realizacji dużych wydarzeń biznesowych, ani rynek wydarzeń biznesowych dla większości z nich nie jest głównym rynkiem docelowym, to także zostały objęte badaniem do tego Raportu.

Do grupy *inne obiekty* wydarzeń zalicza się także biurowce z salami konferencyjnymi, urzędy i inne budynki administracji publicznej, a także inne obiekty spotkań gdzie indziej niezakwalifikowane, które posiadają pomieszczenia okazjonalnie udostępniane komercyjnie na wydarzenia biznesowe i spotkania konferencyjne. Podmioty te są wymieniane w wyszukiwarkach branżowych pod różnymi nazwami (patrz zał. 3).

W literaturze przedmiotu, a także w portalach branżowych pojawia się pojęcie „unique venue / unusual venue” (wyjątkowego, niespotykanego, unikalnego obiektu wydarzeń). Do tej grupy zalicza się zazwyczaj obiekty wydarzeń, które posiadają nietypowe pomieszczenia, niespotykane w okolicy⁵¹.

Unique venue to budynki, zespoły budynków i/lub dedykowane wydarzeniom pomieszczenia (sale), które swoim wyglądem lub atmosferą mogą przyciągnąć uwagę delegatów i pozostawią trwałe pozytywne wrażenie po wydarzeniu biznesowym.

Zalicza się do nich np.: zamki, budynki historyczne, atrakcje turystyczne, pomieszczenia sportowe, teatry, hale koncertowe⁵², czy też jachty, pomieszczenia zadaszone w zoo, salę konferencyjną

⁵¹ por.: R. Davidson: Business Events. Routledge. Taylor & Francis Group. New York, 2019, s. 39

⁵² por.: A. Leaesk, G. Hool: Unusual Venues as Conference Facilities. Journal of Convention & Exhibition Management. 2. , 2002, pp. 37-63.

w wagonie pociągu kolejowego, sale w piwnicach winnicy⁵³, a także galerie artystyczne, nietypowe muzea, obiekty przemysłowe i inne nietypowe obiekty wydarzeń na co dzień nie spotykane w otoczeniu przedsiębiorstw, nie wykorzystywane zazwyczaj na rynku wydarzeń biznesowych. Rosnącą ich rolę na rynku wydarzeń dostrzegają autorzy wielu opracowań, jednak nie są skłonni wyodrębnić tego typu obiektów, jako osobną grupę podmiotów⁵⁴.

Jak widać z definicji i przykładów, do obiektów wydarzeń biznesowych wyjątkowych, unikalnych zaliczać można obiekty wymienione w już proponowanej typologii obiektów i podmioty zaliczone do jednej z 6 grup obiektów wydarzeń. Zatem autorzy Raportu nie wprowadzili odrębnej kategorii obiektów „unique venues”.

W Raporcie oprócz opisu strony podażowej, pojawiają się określenia odnoszące do podmiotów rynkowych przebywających w tych obiektach lub organizujących wydarzenia biznesowe: uczestnik wydarzenia, organizator wydarzenia, zleceniodawca wydarzenia.

Wówczas pod niżej opisanymi nazwami należy rozumieć:

- **uczestnik wydarzenia biznesowego** - osoba biorąca udział w wydarzeniu biznesowym, zidentyfikowana na podstawie zaproszenia, biletu wstępu lub udziału w wydarzeniu w innej formie, także nieodpłatnej. W tym m.in.:
 - panelista / prelegent / artysta występujący, itp.,
 - przedstawiciele sponsorów i innych partnerów biznesowych (w tym osoby zaliczone do grupy tzw. VIP),
 - wystawcy i obsługa stoisk,
 - przedstawiciele mediów (prasa, radio, telewizja, media internetowe), w tym dziennikarze i zespoły osób towarzyszących (technicy, operatorzy, itp.),
 - pracownicy instytucji i organizacji zaangażowanych w realizację wydarzenia, uczestniczący bezpośrednio w wydarzeniu.
- **organizator wydarzenia biznesowego** – podmiot rynkowy podejmujący się realizacji wydarzenia w określonym miejscu i czasie, ponoszący odpowiedzialność za realizowane w trakcie wydarzenia usługi i funkcjonowanie w tym czasie obiektu,

⁵³ por.: <https://www.venuefinder.com/unusual-venues/> (dost.: 10.11.2023)

⁵⁴ por.: Poland Events Impact 2019. Wpływ ekonomiczny przemysłu spotkań na gospodarkę Polski. Szkoła Główna Turystyki i Hotelarstwa VISTULA, Celuch Consulting, Toruń 2020, s. 22 i 29; a także A. Kalinowska-Żeleźnik, A. Górską, J. Sudkowską: Rynek spotkań w Gdańsku i województwie pomorskim. Gdańsk Convention Bureau, Gdańska Organizacja Turystyczna, Gdańsk 2014, s. 17-18

- **zleceniodawca wydarzenia biznesowego** – podmiot rynkowy zlecający realizację takiego wydarzenia, które ma odbyć się w określonym miejscu i czasie.

Należy zauważyć, iż specyfika różnych wydarzeń biznesowych pozwala na zastosowanie odrębnych nazw podkreślających rolę i znaczenie określonych podmiotów rynkowych dla procesu przygotowania i realizacji określonego rodzaju wydarzenia biznesowego.

Wydarzenia biznesowe i spotkania konferencyjne, jak wspomniano wcześniej, to spotkania w celach służbowych / zawodowych różnych osób - uczestników. Mogą oni pochodzić z miejscowości, w której odbywa się wydarzenie (mieszkańcy), ale także z poza tej miejscowości (odwiedzający). Mając to na uwadze, a także specyfikę produktów jakim są wydarzenia, wynikającą z dużego znaczenia gospodarczego dla miast i regionów, w których są realizowane, autorzy przedstawiając województwo śląskie odnieśli się do niektórych czynników atrakcyjności destynacji na rynku wydarzeń biznesowych. Dotychczas prowadzono wiele badań w tym zakresie⁵⁵.

Zatem, **czynniki atrakcyjności miejscowości, regionu** dla zorganizowania wydarzenia to ważne dla organizatorów cechy regionu, które w znaczącym stopniu zwracają ich uwagę w procesie podejmowania decyzji o wyborze lokalizacji na realizację wydarzenia biznesowego i pozytywnie wpływają na wybór regionu.

Do czynników atrakcyjności miejscowości, regionu dla zorganizowania wydarzenia zalicza się: dużą (ogólnie) atrakcyjność turystyczną, wysoki poziom bezpieczeństwa w miejscowości docelowej, łatwą dostępność komunikacyjną, klimat umożliwiający realizację wydarzenia, niskie koszty organizacji, wsparcie lokalnych organizacji, szerokie możliwości rozwoju biznesu, odpowiednie dla organizatora obiekty konferencyjne, bliska odległość od miejsca zamieszkania uczestników, duża liczba restauracji, rodzaj wyżywienia, sprzyjające warunki ekonomiczne i polityczne, pozytywny wizerunek destynacji, możliwość zakupów oraz warunki zakwaterowania.

Z uwagi na fakt, iż rynek wydarzeń biznesowych jest mocno zróżnicowany, zarówno po stronie podażowej, jak i popytowej, charakterystyka destynacji z uwzględnieniem niektórych ważnych dla nich czynników wyboru destynacji może zainteresować organizatorów do realizacji określonych wydarzeń w regionie. Proces identyfikacji wszystkich aktualnych czynników atrakcyjności województwa śląskiego na rynku wydarzeń biznesowych, ich uporządkowanie, wymaga osobnych badań rynkowych strony popytowej tego rynku.

⁵⁵ por.: N. Piechota: Rola convention bureau w kształtowaniu konkurencyjności miasta. Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Poznań 2021, s. 81

2. Województwo śląskie jako destynacja wydarzeń biznesowych

2.1. Charakterystyka społeczno-gospodarcza województwa śląskiego

2.1.1. Znaczenie społeczno-gospodarcze województwa śląskiego

Województwo śląskie znajduje się w południowej części Polski. Jego powierzchnia wynosi 12 333 km², co oznacza, że jest jednym z najmniejszych województw w kraju (trzecim najmniejszym). Cechą charakterystyczną województwa śląskiego jest **wysoki potencjał demograficzny i administracyjny**. Zgodnie ze stanem na koniec roku 2022 województwo śląskie zamieszkiwały 4 346 702 osoby⁵⁶, co stanowiło 11,5% populacji Polski. Województwo śląskie jest pod względem liczby ludności drugim w Polsce, ustępując miejsca jedynie woj. mazowieckiemu. Biorąc pod uwagę gęstość zaludnienia wynoszącą 352,4 os./km² jest **najgęściej zaludnionym regionem w kraju**. Region cechuje wysoki wskaźnik urbanizacji wynoszący ponad 75%. Dodatkowo, w **bezpośrednio sąsiadujących z nim województwach i regionach w Republice Czeskiej i Słowacji, mieszka około 10 milionów osób**. Na terenie województwa śląskiego znajdują się 72 miasta, z czego 19 to miasta na prawach powiatu (co stanowi 29% ogółu takich miast w Polsce). Największe spośród nich to Katowice (280 tys.), Częstochowa (208 tys.), Sosnowiec, (189 tys.), Gliwice (171 tys.), Bielsko-Biała (167 tys.) oraz Zabrze (155 tys.). W centralnej części województwa znajduje się jedyny w Polsce związek metropolitalny, funkcjonująca od 2018 roku - **Górnośląsko-Zagłębiowska Metropolia (GZM)**. GZM tworzy 41 miast i gmin zamieszkanymi przez 2,1 miliona mieszkańców⁵⁷. Województwo śląskie w dokumentach strategicznych dzieli się na cztery podstawowe subregiony⁵⁸:

- „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).

⁵⁶ Bank Danych Lokalnych GUS, Stan ludności, <https://bdl.stat.gov.pl/> (dostęp: 11.11.2023)

⁵⁷ Więcej w: Metropolia dziś, <https://metropoliagzm.pl/metropolia-dzis/> (dostęp: 15.11.2023)

⁵⁸ por. Strategia rozwoju województwa śląskiego „Śląskie 2030”. Katowice, 2020

Każdy z opisanych subregionów ma swoją specyfikę wynikającą m.in. z: lokalizacji, specjalizacji przemysłowej, uwarunkowań historyczno-kulturowych, posiadanego potencjału produkcyjnego, a także potencjału turystycznego.

Województwo śląskie ma duże **znaczenie gospodarcze dla Polski**. Wartość wytworzonego tu Produktu Krajowego Brutto w 2022 roku wyniosła 371 166 mln złotych, co stanowiło **12,1% Produktu Krajowego Brutto (PKB) dla Polski**⁵⁹. Pod tym względem województwo ustępuje jedynie regionowi stołecznemu (17,5%), a za województwem śląskim znajdują się województwa: wielkopolskie (9,8%), dolnośląskie (8,4%), małopolskie (8,6%). Szczególną rolę gospodarczą odgrywa wspomniany **GZM**, który wytwarza **ok. 8% krajowego PKB**⁶⁰. Biorąc pod uwagę wartość PKB w przeliczeniu na mieszkańca wynoszącą dla całego województwa w 2021 roku - 85 131 złotych, region zajmował pod tym względem czwarte miejsce w kraju, za regionem stołecznym i województwami dolnośląskim oraz wielkopolskim.

Województwo śląskie z liczbą 521 859 zarejestrowanych **podmiotów gospodarki narodowej** (w tym 14 826 podmiotów publicznych) zajmuje drugie miejsce w kraju (stan na rok 2022)⁶¹, za województwem mazowieckim. **W województwie śląskim znajduje się więc co dziesiąty podmiot gospodarczy zarejestrowany w Polsce**. Biorąc pod uwagę podmioty wpisane do rejestru REGON na 10 tys. ludności, w 2022 roku - było to 1 201 podmiotów. Pod tym względem województwo plasowało się na szóstym miejscu w Polsce⁶² (za województwami mazowieckim, zachodniopomorskim, pomorskim, dolnośląskim, wielkopolskim i małopolskim). W przypadku podmiotów MŚP zarejestrowanych na 10 tys. mieszkańców w 2022 roku, było ich 1 199 (7. miejsce w Polsce, za województwami mazowieckim, zachodniopomorskim, dolnośląskim, pomorskim, wielkopolskim, małopolskim i lubuskim).

W województwie śląskim swoje siedziby ma wiele znaczących w swoich sektorach podmiotów gospodarczych (w tym m.in. TAURON Polska Energia oraz Jastrzębska Spółka Węglowa). Ogółem w tym regionie swoją centralę posiada 27 z 200 największych firm w Polsce⁶³. Znajduje się tutaj również najlepsza w Europie (a czwarta na świecie) specjalna strefa ekonomiczna – **Katowicka Specjalna Strefa Ekonomiczna S.A.**⁶⁴

⁵⁹ GUS - Wstępne szacunki produktu krajowego brutto w przekroju regionów w 2022 roku, 28.12.2023, s. 2, https://stat.gov.pl/download/gfx/portalinformacyjny/pl/defaultaktualnosci/5482/8/6/1/wstepne_szacunki_produkту_krajowego_brutto_w_przekroju_regionow_w_2022_r..pdf (dostęp: 15.04.2024.)

⁶⁰ Metropolia dziś, <https://metropoliagzm.pl/metropolia-dzis/> (dostęp: 15.11.2023)

⁶¹ Bank Danych Lokalnych GUS, Podmioty Gospodarki Narodowej, <https://bdl.stat.gov.pl/> (dostęp: 11.11.2023)

⁶² por. Bank Danych Lokalnych GUS, Podmioty Gospodarki Narodowej, <https://bdl.stat.gov.pl/> (dostęp: 11.11.2023)

⁶³ Więcej w: Gospodarka, <https://invest-in-silesia.pl/content/gospodarka> (dostęp: 21.02.2023)

⁶⁴ Global Free Zones of the Year 2023 awards, <https://www.fdiintelligence.com/content/rankings-and-awards/global-free-zones-of-the-year-2023-awards-83057> (dostęp: 17.11.2023)

Biorąc pod uwagę sekcję I PKD (tj. reprezentujących sektory związane z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi), w województwie śląskim w 2022 roku zarejestrowano 15 836 podmiotów, co lokowało województwo na czwartym miejscu pod tym względem w Polsce za województwami – mazowieckim, pomorskim i małopolskim. Zwraca uwagę również relatywnie wysoki udział podmiotów przemysłu kreatywnego w liczbie podmiotów gospodarczych ogółem, wynoszący 8,8%, co lokuje województwo na piątym miejscu w Polsce pod tym względem (za województwami mazowieckim, małopolskim, pomorskim i wielkopolskim)⁶⁵. W województwie śląskim aktywnie działają również organizacje sektora społecznego. Warto zauważyć także, iż w 2022 roku na terenie tego województwa działało 2 767 fundacji (4. miejsce w Polsce za woj. mazowieckim, małopolskim i dolnośląskim) oraz 11 393 stowarzyszeń i organizacji społecznych (3. miejsce w Polsce, za województwami mazowieckim i wielkopolskim)⁶⁶.

Tabela 1. Struktura zatrudnienia w województwie śląskim w roku 2022

	Przeciętna liczba zatrudnionych	Udział w ogólnej liczbie zatrudnionych
Rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo i rybactwo	5 238	0,42%
Przemysł	462 595	36,78%
Budownictwo	77 646	6,17%
Handel, naprawa pojazdów samochodowych	160 993	12,80%
Transport i gospodarka magazynowa	68 654	5,46%
Zakwaterowanie i gastronomia	20 398	1,62%
Informacja i komunikacja	26 612	2,12%
Działalność finansowa i ubezpieczeniowa	15 299	1,22%
Obsługa rynku nieruchomości	19 365	1,54%
Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	46 041	3,66%
Administrowanie i działalność wspierająca	44 564	3,54%
Administracja publiczna i obrona narodowa	61 009	4,85%
Edukacja	126 341	10,05%
Opieka zdrowotna i pomoc społeczna	91 554	7,28%
Działalność związana z kulturą, rozrywką i rekreacją	15 849	1,26%
Pozostała działalność usługowa	15 478	1,23%

Źródło: Bank Danych Lokalnych GUS, Rynek pracy

⁶⁵ Bank Danych Lokalnych GUS, Podmioty Gospodarki Narodowej – wskaźniki, <https://bdl.stat.gov.pl/> (dostęp: 11.11.2023)

⁶⁶ por. Bank Danych Lokalnych GUS, Podmioty Gospodarki Narodowej i wpisane do rejestru REGON, <https://bdl.stat.gov.pl/> (dostęp: 11.11.2023)

Analizując strukturę przeciętnego zatrudnienia w województwie śląskim w roku 2022, dominowało zatrudnienie w przemyśle i handlu. Łącznie było to niespełna połowa zatrudnionych. W sektorach związanych z zakwaterowaniem i gastronomią, kulturą, rozrywką, rekreacją, pracowało 2,9% ogółu zatrudnionych (tab. 1).

Chociaż poziom ewentualnego zaangażowania bezpośredniego osób w obsługę ruchu turystycznego nie jest wysoki (2,9%), to jednak liczba podmiotów gospodarczych, ich rozwój i znaczenie dla gospodarki Polski, stwarza dogodne warunki dla turystyki biznesowej.

2.1.2. Województwo śląskie w rankingach aktywności gospodarczej

Województwo śląskie i miasta, które są na tym terenie mają pozytywny wizerunek gospodarczy w Polsce i na świecie. Przemawiają za tym wysokie **pozycje w rankingach analizujących aktywność gospodarczą** jednostek samorządu terytorialnego.

W rankingu *European Cities and Regions of the Future 2023* opracowanym przez fDI Intelligence⁶⁷ województwo śląskie znalazło się w dziesiątce dużych europejskich regionów wyróżnionych za opłacalność, przyjazność biznesową, strategię przyciągania bezpośrednich inwestycji zagranicznych. Wśród wyróżnionych miast znalazły się również Katowice (za strategię przyciągania bezpośrednich inwestycji zagranicznych) oraz Gliwice (za przyjazność dla biznesu).

W rankingu miast przyjaznych dla biznesu miesięcznika Forbes, wśród dziesięciu wyróżnionych miast, liczących od 150 do 299 tys. mieszkańców, pięć znajduje się w województwie śląskim. Są to Katowice, Częstochowa, Gliwice, Bielsko-Biała i Sosnowiec. Wśród miast od 50 do 149 tys. mieszkańców, w grupie dziesięciu wyróżnionych miast znalazły się Tarnowskie Góry i Tychy⁶⁸.

W badaniu *Business Environment Assessment Study* (BEAS) oceniającym potencjał inwestycyjny największych polskich miast, Katowice uzyskały wynik 7,5 w dziesięciostopniowej skali. Najwyżej oceniono potencjał biznesowy oraz powierzchnię biurową (po 8,1), infrastrukturę (8,0), potencjał edukacyjny (7,6), potencjał zatrudnienia (7,1) oraz wsparcie ze strony administracji publicznej (6,0).⁶⁹

⁶⁷por. European Cities and Regions of the Future 2023, https://www.fdiintelligence.com/content/download/82064/2683542/file/fDi_0223_ECOF.pdf (dostęp: 17.11.2023)

⁶⁸ Oto miasta najbardziej przyjazne dla biznesu [RANKING], <https://www.forbes.pl/rankingi/ranking-miasta-przyjazne-dla-biznesu-2023-wedlug-forbesa/klrr35x> (dostęp: 17.11.2023)

⁶⁹ Katowice report, <https://investmentpotential.pl/en/katowice/> (dostęp: 17.11.2023)

2.1.3. Szkolnictwo wyższe w województwie śląskim

Dla potencjału społeczno-gospodarczego, w tym dla rozwoju rynku wydarzeń biznesowych ważnym elementem jest również aktywność instytucji naukowych, w szczególności **szkół wyższych**. W województwie śląskim pod koniec 2022 roku funkcjonowało **30 uczelni wyższych**, na których naukę pobierało 115 910 studentów. Pod względem liczby uczelni województwo zajmuje czwarte miejsce w Polsce (za województwami mazowieckim, dolnośląskim i wielkopolskim), a trzecie pod względem liczby studentów (za województwami mazowieckim, małopolskim)⁷⁰.

Rok 2024 stanowi przełomową datę dla rozwoju nauki w Polsce i regionie, Katowice są Europejskim Miastem Nauki (EMN)⁷¹. Przyznanie tytułu EMN 2024 jest wyrazem uznania dla miasta Katowice oraz siedmiu uczelni w województwie śląskim (Akademii Muzycznej im. K. Szymanowskiego, Akademii Sztuk Pięknych, Akademii Wychowania Fizycznego im. J. Kukuczki, Politechniki Śląskiej, Śląskiego Uniwersytetu Medycznego, Uniwersytetu Ekonomicznego, Uniwersytetu Śląskiego) za organizację takich wydarzeń, jak np. UN Climate Change Conference (COP24), UN World Urban Forum 2022, czy Śląski Festiwal Nauki. Katowice to przede wszystkim jednak miasto wspierające wysokiej jakości kształcenie, naukę i nowoczesne technologie – również w kwestii działań na rzecz zrównoważonego rozwoju – które powstają we współpracy z ośrodkami naukowymi znajdującymi się na terenie województwa śląskiego.

2.1.4. Ważne wydarzenia biznesowe w województwie śląskim

Czynniki atrakcyjności województwa śląskiego jako destynacji turystyki biznesowej sprawiają, że w regionie organizowanych jest wiele wielkich (pod względem liczby uczestników) i międzynarodowych (o dużym znaczeniu gospodarczym) wydarzeń biznesowych zarówno cyklicznych, jak i jednorazowych.

Do najważniejszych wydarzeń o charakterze cyklicznym można zaliczyć m.in.:

- Finały międzynarodowego turnieju e-sportowego **Intel Extreme Masters (IEM)**, organizowane w Międzynarodowym Centrum Kongresowym i Hali Widowiskowo-Sportowej Spodek od 2013 roku, odwiedzane co roku przez kilkadziesiąt do nawet ponad 100 tysięcy

⁷⁰ por. Bank Danych Lokalnych GUS, Szkolnictwo wyższe, Uczelnie, studenci <https://bdl.stat.gov.pl/> (dostęp: 16.11.2023)

⁷¹ <https://us.edu.pl/europejskie-miasto-nauki/> (dostęp: 12.12.2023)

widzów, którym, w 2023 roku, towarzyszyła międzynarodowa biznesowa konferencja EFG Esports Forum Katowice⁷²,

- **Europejski Kongres Gospodarczy** odbywający się w Katowicach od 2009 roku. W 2023 roku w wydarzeniu uczestniczyło 11 000 osób⁷³,
- **Międzynarodowe Targi EXPO KATOWICE** (od 1985 roku) – wiodące wydarzenie biznesowe dla branży przemysłowej odwiedzane corocznie przez ok. 30 000 uczestników⁷⁴,
- **Gliwickie Targi Budownictwa EXPOBUD**, organizowane od 1993 roku, przyciągające kilka tysięcy uczestników⁷⁵,
- **Międzynarodowe Targi Energetyczne ENERGETAB** w Bielsku-Białej (organizowane od 1984 roku) – w 2023 roku odwiedziło je niespełna 16 000 osób⁷⁶,
- **Międzynarodowe Targi Budownictwa „TWÓJ DOM” w Bielsku-Białej**, które w 2023 roku odwiedziło niespełna 5 000 uczestników⁷⁷,
- **Krajowa Wystawa Rolnicza w Częstochowie** (od 1992 roku), w 2023 odwiedzona przez około 10 000 osób⁷⁸.

Wśród ważniejszych wydarzeń, których pojedyncze edycje odbyły się w ostatnich latach na terenie województwa śląskiego warto wymienić m.in.:

- **COP 24** czyli 24. Sesję Konferencji Stron Ramowej Konwencji Narodów Zjednoczonych w sprawie zmian klimatu zorganizowaną w Katowicach w 2018 roku. Wydarzenie przyciągnęło ponad 20 000 uczestników z ponad 200 krajów świata⁷⁹,
- **Światową Konferencję Antydopingową WADA 2019**, organizowaną w Katowicach, w której uczestniczyło ok. 2000 osób⁸⁰,

⁷² Intel Extreme Masters powróciło w pełni chwały, <https://esfaceitgroup.com/blog/2023/02/intel-extreme-masters-katowice-powrocilo-w-pelni-chwaly-a-g2-esports-i-oliveira-zajeli-swoje-miejsca-w-hall-of-heroes/> (dostęp. 12.02.2024)

⁷³ Europejski Kongres Gospodarczy, <https://www.eecpoland.eu/2024/pl/>, (dostęp. 12.02.2024)

⁷⁴ Międzynarodowe Targi EXPO KATOWICE, <https://expo-katowice.com/pl/historia/>, (dostęp. 12.02.2024)

⁷⁵ Promocja targi, <https://promocja-targi.pl/>, (dostęp. 12.02.2024)

⁷⁶ Za Nami Trzy Intensywne Dni 36. Międzynarodowych Targów Energetycznych ENERGETAB, <https://energetab.pl/2023/03/03/za-nami-trzy-intensywne-dni-36-miedzynarodowych-targow-energetycznych-energetab/>, (dostęp. 12.02.2024)

⁷⁷ 63 Międzynarodowe Targi Budownictwa „TWÓJ DOM 2024” <https://bielsko.biala.pl/rozrywka/15352,zapowiedzi> (dostęp. 12.02.2024)

⁷⁸ XXXII KRAJOWA WYSTAWA ROLNICZA JUŻ ZA NAMI, <https://odr.net.pl/wystawa/> (dostęp. 6.02.2024)

⁷⁹ Fakty, liczby, ciekawostki – COP 24 w Spodku i Międzynarodowym Centrum Kongresowym w Katowicach, <https://www.mckkatowice.pl/pl/aktualnosci/fakty-liczby-ciekawostki-cop-24-w-spodku-i-miedzynarodowym-centrum-kongresowym-w-katowicach,1249.html> (dostęp. 6.02.2024)

⁸⁰ Organizacja Światowej Konferencji Antydopingowej – Katowice 2019 https://bip.msit.gov.pl/download/2/8794/Zalacznik_nr_2_-_SOPZ.pdf (dostęp. 6.02.2024)

- **World Urban Forum** w Katowicach w 2022 roku, które przyciągnęło ponad 10 000 uczestników⁸¹,
- **PRECOP 28 Konferencja Klimatyczna** w Katowicach w 2023 roku, poprzedzająca szczyt klimatyczny, w której uczestniczyło 1 500 osób⁸².

Wszystkie wymienione wydarzenia biznesowe (uznane za znaczące) są międzynarodowe. Uczestnicy, wystawcy, a także paneliści to osoby przyjeżdżające z terenu całej Polski, a także z zagranicy. Większość z tych wydarzeń realizowana jest w centralnej części województwa (w Katowicach i innych miastach GZM). Tego typu wydarzenia stanowią istotne produkty dla rozwoju miast (angażują wiele podmiotów rynkowych z regionu w organizację, czy obsługę, są przyczyną inwestycji w modernizację i/lub budowę nowej infrastruktury dla realizacji wydarzeń), jak i promocji regionu na arenie międzynarodowej.

2.2. Ogólna atrakcyjność turystyczna województwa śląskiego

2.2.1. Walory przyrodnicze

Ogólna **atrakcyjność turystyczna** determinowana jest przez szereg czynników, do których zalicza się przede wszystkim walory turystyczne, infrastrukturę turystyczną oraz dostępność komunikacyjną. Niektórzy wskazują również na stan środowiska naturalnego i jego ochronę⁸³. Z uwagi na fakt, że infrastruktura oraz dostępność komunikacyjna stanowią czynniki odrębnie wymieniane jako determinujące atrakcyjność dla organizacji wydarzeń biznesowych, scharakteryzowano je w osobnych punktach.

Na terenie województwa brak jest parków narodowych, znajduje się tu natomiast osiem parków krajobrazowych⁸⁴, zlokalizowanych głównie w jego północnej (np. PK Orlich Gniazd, PK Lasy nad Górną Liswartą) i południowej (np. PK Beskidu Śląskiego, PK Beskidu Małego) części. Prawnie chronionych jest 22,1% powierzchni województwa (13. miejsce w kraju), a liczba pomników przyrody wynosząca 11,9 pomnika przyrody na 100 km² plasuje region na siódmym miejscu wśród województw⁸⁵. Zróżnicowane **walory przyrodnicze** pozytywnie wpływają na ofertę aktywnego spędzania czasu i podnoszą możliwości rozwoju oferty w zakresie turystyki biznesowej, nie tylko spotkań konferencyjnych oraz wydarzeń biznesowych, lecz także imprez motywacyjnych czy integracyjnych. Położona

⁸¹ Światowe Forum Miejskie, <https://obserwatorium.miasta.pl/wuf11/> (dostęp: 6.02.2024)

⁸² PRECOP 28 Konferencja Klimatyczna, <https://www.mckkatowice.pl/pl/wydarzenia/precop-28-konferencja-klimatyczna,2711.html>, (dostęp: 28.03.2024)

⁸³ por. Kompendium wiedzy o turystyce, Red. G. Gołębowski, PWN, Warszawa 2009, s. 348; J. Kaczmarek, A. Stasiak, B. Włodarczyk: Produkt turystyczny. Pomysł, organizacja, zarządzanie. PWE, Warszawa 2010, s. 53

⁸⁴ Centralny Rejestr Form Ochrony Przyrody, <https://crfop.gdos.gov.pl/CRFOP/search.jsf> (dostęp: 6.02.2024)

⁸⁵ por. Bank Danych Lokalnych GUS, Ochrona przyrody i różnorodności biologicznej, obszary prawnie chronione - wskaźniki, <https://bdl.stat.gov.pl/> (dostęp: 1.12.2023)

w północno-wschodniej części województwa, część **Jury Krakowsko-Częstochowskiej** daje możliwości uprawiania wspinaczki skałkowej, ale również dysponuje szeroką ofertą tras rowerowych. Jej ofertę wzbogaca Juromania – czyli obchodzone we wrześniu święto Jury Krakowsko-Częstochowskiej⁸⁶. Południowo-zachodnia część województwa to **Kraina Górnej Odry**⁸⁷ z licznymi trasami rowerowymi (w tym cieszącym się dużą popularnością transgranicznym Żelaznym Szlakiem Rowerowym) oraz kajakowymi. Na południu województwa znajduje się pasmo **Beskidów**⁸⁸ z licznymi ośrodkami narciarskimi (np. Szczyrk, Wisła, Korbielew), trasami do uprawiania narciarstwa zjazdowego i biegowego, szlakami pieszymi (w tym szlakiem The Loop)⁸⁹. Największe atrakcje bazujące na walorach przyrodniczych regionu zlokalizowane są na **Szlaku Przyrody**⁹⁰, obejmującym liczne rezerваты przyrody, malownicze parki czy zbiorniki wodne. W centralnej części województwa, na terenie GZM znajduje się jeden z największych parków miejskich w Europie – Park Śląski o powierzchni 535 ha⁹¹. Na jego obszarze znajdują się liczne obiekty umożliwiające atrakcyjne spędzanie czasu wolnego - Śląski Ogród Zoologiczny, Górnośląski Park Etnograficzny, Planetarium Śląskie, Legendia - Śląskie Wesole Miasteczko oraz liczne restauracje.

2.2.2. Walory kulturowe

Województwo śląskie, pomimo relatywnie niewielkiej powierzchni na tle innych województw w Polsce, to **region zróżnicowany kulturowo**. Jedną z przyczyn jest położenie tego regionu, na pograniczu historycznych terenów Śląska i Małopolski czy bliskości czeskiej i słowackiej granicy. Na terenie województwa śląskiego znajdują się rozpoznawalne w całym kraju obiekty o wysokiej wartości kulturowej, wpisane na Listę Pomników Historii (Jasna Góra w Częstochowie – jako zespół klasztoru oo. Paulinów, Radiostacja w Gliwicach, znajdujący się w Katowicach Gmach Sejmu Śląskiego oraz zespół katedralny, jak również osiedle Nikiszowiec, zespół parkowo-pałacowy w Pszczynie, czy zabrzańskie kopalnie węgla kamiennego - Sztolnia Królowa Luiza, kopalnia Guido)⁹². W województwie śląskim znajduje się 4 828 zabytków wpisanych do rejestru, co plasuje województwo na trzecim miejscu w kraju pod względem ich liczby na 100 km² wynoszącej 39⁹³ (za województwami dolnośląskim i małopolskim). Wyróżnikiem północnej części regionu jest jeden z najbardziej rozpoznawalnych

⁸⁶ Więcej w: Juromania, <https://juromania.pl/> (dostęp: 19.11.2023)

⁸⁷ Więcej w: Kraina Górnej Odry, <https://krainagornejodry.travel/> (dostęp: 19.11.2023)

⁸⁸ Więcej w: Beskidy i Śląsk Cieszyński, <https://beskidy.travel/> (dostęp: 19.11.2023)

⁸⁹ Więcej w: The Loop, <https://theloop.travel/> (dostęp: 19.11.2023)

⁹⁰ Więcej w: Szlak Przyrody województwa śląskiego, <https://www.slaskie.travel/guidebook/1018820> (dostęp: 19.11.2023)

⁹¹ Więcej: Park w liczbach, <https://parkslaski.pl/park-w-liczbach> (dostęp: 16.04.2024)

⁹² por. <https://www.prezydent.pl/aktualnosci/polityka-historyczna/pomniki-historii/obiekty-wpisane-na-liste-pomnikow-historii> (dostęp: 17.11.2023)

⁹³ Zabytek.pl (dostęp: 26.03.2024.)

szlaków turystycznych w Polsce - **Szlak Orlich Gniazd**⁹⁴ z malowniczo położonymi jurajskimi zamkami i warowniami. Jego część położona w województwie śląskim kończy się u podnóża Jasnej Góry, najważniejszego ośrodka kultu religijnego w Polsce. W centralnej części województwa, na terenie Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii, szczególnie widoczny jest przemysłowy charakter regionu. Dziedzictwo przemysłowe stanowiło podstawę do stworzenia **Szlaku Zabytków Techniki**⁹⁵ (obejmującego całe województwo), na którym znajduje się m.in. wpisana na listę światowego dziedzictwa UNESCO - Kopalnia rud ołowiu, srebra i cynku w Tarnowskich Górach. Obiekty te mogą być także wykorzystane jako unikatowe przestrzenie do organizacji wydarzeń biznesowych i spełniają wymagania definicji tzw. *unique venues*. Szlak Zabytków Techniki to również unikatowa w skali kraju *Industriada* – festiwal poświęcony przemysłowym tradycjom regionu⁹⁶. Południowa część regionu to m.in. określana Perłą Górnego Śląska – Pszczyna z zespołem pałacowo-parkowym oraz **Śląsk Cieszyński i Beskidy**⁹⁷, na obszarze których znajduje się m.in. Bielsko-Biała, ze względu na bogactwo architektoniczne nazywana „małym Wiedniem”, leżący na granicy polsko-czeskiej Cieszyn, czy słynący z tradycji koronkarskich Koniaków.

Oprócz cech charakterystycznych dla poszczególnych części województwa, warto wskazać walory kulturowe występujące na całym jego obszarze. Tutaj niewątpliwym atutem regionu jest jego **oferta kulinarna**, jedna z bardziej charakterystycznych w Polsce. Do najbardziej rozpoznawalnych dań kuchni śląskiej należy zaliczyć żur śląski, roladę wołową, śląskie kluski i sałatkę z modrej kapusty (czerwonej kapusty), czy śląski szałot⁹⁸. Jej bogactwo prezentują m.in. restauracje znajdujące się na **Szlaku Kulinarным Śląskie Smaki**⁹⁹, spośród których część znajduje się w obiektach udostępniających również powierzchnie pod organizację spotkań biznesowych. Do kulinariów należy zaliczyć również bogate **tradycje piwowskie**. To w województwie śląskim znajdują się dwa spośród najbardziej rozpoznawalnych browarów w Polsce - w Tychach i Żywcu, ale również największy w Polsce browar rzemieślniczy – Pinta, znajdujący się w Wieprzu. Wszystkie wymienione browary udostępniają swoje wnętrza do zwiedzania. W regionie rozwija się także oferta **enoturystyki** dla miłośników wina¹⁰⁰.

Wyróżnikiem regionu są również **tradycje muzyczne**. W województwie śląskim w 2022 roku znajdowało się najwięcej instytucji muzycznych w Polsce (7), a pod względem przedstawień i koncertów jakie odbyły się w ich salach (606), zajmowało drugie miejsce w kraju (za województwem małopolskim). Z ich oferty skorzystało łącznie 236 876 słuchaczy, co stanowi liczbę ponad połowę

⁹⁴ Więcej w: Szlak Orlich Gniazd, <https://orlegniazd.pl/> (dostęp: 19.11.2023)

⁹⁵ Więcej w: Szlak Zabytków Techniki, <https://zabytkitechniki.pl/> (dostęp: 19.11.2023)

⁹⁶ więcej w: Industriada, <https://industriada.pl/festiwal/> (dostęp: 19.11.2023)

⁹⁷ więcej w: Beskidy i Śląsk Cieszyński, <https://beskidy.travel/> (dostęp: 4.02.2024)

⁹⁸ por. Tradycje kulinarne Górnego Śląska, <https://slaskiesmaki.pl/staticcontent/514508> (dostęp: 19.11.2023)

⁹⁹ więcej w: Szlak Kulinarный Śląskie Smaki, <https://slaskiesmaki.pl/> (dostęp: 19.11.2023)

¹⁰⁰ więcej w: <https://www.winosilesia.pl/mapa-slaskich-winnic/> (dostęp: 14.02.2024)

większą niż w przypadku drugiego w kolejności województwa dolnośląskiego (148 792)¹⁰¹. Katowice znajdują się **na liście miast kreatywnych UNESCO** w dziedzinie muzyki. W położonym w północnej części województwa Koszęcinie swoją siedzibę ma Zespół Pieśni i Tańca "Śląsk" im. Stanisława Hadyny. W centralnej części regionu zlokalizowany jest Szlak Śląskiego Bluesa¹⁰². Ponadto w tym mieście na terenie Strefy Kultury mieści się jedna z największych sal koncertowych w Polsce, zlokalizowana w siedzibie Narodowej Orkiestry Symfonicznej Polskiego Radia. W Bielsku-Białej znajduje się również pierwsza w Polsce sala koncertowa wybudowana przez prywatnego inwestora – Cavatina Hall. W regionie odbywają się liczne festiwale muzyczne o zasięgu krajowym i międzynarodowym, m.in. Bielska Zadymka Jazzowa, Górnośląski Festiwal Sztuki Kameralnej Ars Cameralis Silesiae Superioris, OFF Festival, Tauron Nowa Muzyka, Tydzień Kultury Beskidzkiej, jak również koncerty organizowane m.in. w Hali Widowisko-Sportowej „Spodek”. Ofertę uzupełniają liczne koncerty gwiazd światowego formatu w PreZero Arenie w Gliwicach (m.in. André Rieu, Nick Cave) oraz na Stadionie Śląskim w Chorzowie (m.in. Andrea Bocelli, Rammstein, Guns N’ Roses). We wspomnianym obiekcie w Gliwicach w 2019 roku odbył się również finał Konkursu Piosenki Eurowizji dla Dzieci.

W województwie śląskim w 2022 roku odbyło się 828 **impres masowych** (sportowych i kulturalnych), w których uczestniczyło 3 725 466 osób¹⁰³. W rankingu wydarzeń masowych w Polsce województwo śląskie statystycznie jest liderem w kraju.

O dużym znaczeniu oferty kulturalnej dla miast województwa śląskiego świadczy również fakt, że spośród czterech polskich miast kandydujących do tytułu Europejskiej Stolicy Kultury 2029, dwa znajdują się w województwie śląskim – Katowice i Bielsko-Biała¹⁰⁴.

Wydarzenia są dla wielu miast w regionie ważnym produktem turystycznym. Miasta wykorzystują je do zaangażowania lokalnych firm w ich realizację. Wpływa to na zdobywanie doświadczeń, rozwój know-how swojego biznesu, rozwój relacji handlowych oraz wzrost świadomości zachodzących w gospodarce zmian na świecie. Miasta próbują także kreować pozytywny wizerunek poprzez wydarzenia na swoim terenie.

¹⁰¹ por. Bank Danych Lokalnych GUS, Działalność sceniczna i wystawiennicza, Instytucje muzyczne, <https://bdl.stat.gov.pl/> (dostęp: 30.12.2023)

¹⁰² Więcej w: Szlak Śląskiego Bluesa, <https://szlak-bluesa.pl/> (dostęp: 19.11.2023)

¹⁰³ por. Bank Danych Lokalnych GUS, Kultura, Organizacja imprez masowych <https://bdl.stat.gov.pl/> (dostęp: 1.12.2023)

¹⁰⁴ Cztery polskie walczą o tytuł Europejskiej Stolicy Kultury 2029, https://poland.representation.ec.europa.eu/news/cztery-polskie-walczą-o-tytuł-europejskiej-stolicy-kultury-2029-2023-10-27_pl (20.12.2023)

2.2.3. Wizerunek województwa śląskiego i liczba turystów

W kontekście turystycznego wizerunku województwa śląskiego pewnym problemem jest częste utożsamianie go w całości z Górnośląsko Zagłębiowsko-Metropolią, z pominięciem terenów Jury Krakowsko-Częstochowskiej czy Beskidów i Śląska Cieszyńskiego¹⁰⁵. Taka sytuacja powoduje, że część osób może nie dostrzec powodów wizyty w regionie stereotypowo utożsamianym z przemysłem ciężkim. Opinia ta ulega zmianie dopiero po wizycie w regionie. Zatem wydarzenia wprost mogą oddziaływać na wizerunek regionu. Warto też przywołać statystyki, które są nieco odmienne od panujących stereotypów o tym regionie. Województwo śląskie jest na piątym miejscu w Polsce pod względem lesistości (32%), wyprzedzając tym samym postrzegane jako tradycyjnie „zielone” regiony, województwa – warmińsko-mazurskie czy podlaskie. Wśród cech wyróżniających województwo śląskie zwraca się uwagę na pielęgnowanie tradycji, gościnnych mieszkańców, ciągłe zmiany na lepsze czy różnorodność krajobrazu¹⁰⁶. O wysokiej jakości oferty turystycznej województwa śląskiego świadczy fakt, że na 14 dotychczas przyznanych **Złotych Certyfikatów Polskiej Organizacji Turystycznej** dla najlepszego produktu turystycznego, 5 przyznano produktom związanym z województwem śląskim. Były to Szlak Zabytków Techniki (2008), Szlak Orlich Gniazd¹⁰⁷ (2012), Industriada (2016), Zabytkowa Kopalnia Srebra w Tarnowskich Górach (2019) oraz Kopalnia Guido i Sztolnia Królowa Luiza w Zabrze (2022).

Z przeprowadzonych na zlecenie Śląskiej Organizacji Turystycznej badań wynika, że w roku 2022 województwo śląskie odwiedziło 6 366 239 turystów, z czego 1 410 514 (22%), stanowili turyści zagraniczni¹⁰⁸. Biorąc pod uwagę dane GUS dotyczące liczby turystów (2 265,4 tys.) oraz liczby udzielonych im noclegów (6 155,8 tys.), województwo śląskie w 2022 roku plasowało się na szóstym miejscu w Polsce¹⁰⁹ (za województwami małopolskim, pomorskim, mazowieckim, zachodniopomorskim i dolnośląskim). Uwzględniając jednak wskaźnik funkcji turystycznej Deferta, odnoszący się do gęstości ruchu turystycznego, jest ono **drugim w Polsce pod względem liczby turystów rocznie na km²**. Ich liczba w 2022 roku wyniosła 216 turystów rocznie/km² i była mniejsza jedynie od województwa małopolskiego, gdzie liczba ta wyniosła 342 turystów rocznie/km²¹¹⁰. Największa część turystów odwiedza centralną część województwa, tj. okolice Katowic, Chorzowa, Bytomia, Zabrze, Gliwic. Wymieniona część regionu jest szczególnie popularna wśród turystów

¹⁰⁵ Badanie sfery wizerunkowej i turystycznej województwa śląskiego. Raport końcowy. Biostat 2017

¹⁰⁶ Badanie sfery wizerunkowej i turystycznej województwa śląskiego. Raport końcowy. Biostat 2017, s. 70

¹⁰⁷ Szlak przebiega w części również przez województwo małopolskie

¹⁰⁸ Badanie ruchu turystycznego w województwie śląskim, Selectivv, Śląska Organizacja Turystyczna (<https://www.silesia-sot.pl/wp-content/uploads/2023/06/badanie-ruchu-turystycznego-2022-big-data-Selectivv.pdf>) (dostęp: 11.12.2023)

¹⁰⁹ Wykorzystanie turystycznych obiektów noclegowych w 2022 roku, GUS, 6.04.2023

¹¹⁰ Turystyka w 2022 r, GUS, Warszawa, s. 48

zagranicznych¹¹¹. Spośród krajowych turystów zewnętrznych odwiedzających województwo śląskie ok. 14% przyjeżdża w celach związanych ze sprawami zawodowymi¹¹². O wysokiej jakości oferty turystycznej regionu świadczy fakt, że 86% z nich jest zadowolonych z pobytu na terenie województwa¹¹³.

2.3. Zagospodarowanie turystyczne województwa śląskiego

2.3.1. Baza noclegowa

Województwo śląskie wyróżnia **wysoki poziom zagospodarowania turystycznego**. Szczególnie w kontekście infrastruktury kluczowej dla organizacji spotkań konferencyjnych i wydarzeń biznesowych (scharakteryzowanej szerzej w punkcie 4 tego Raportu). Na terenie województwa znajduje się m.in. **największe centrum kongresowe w Polsce – Międzynarodowe Centrum Kongresowe w Katowicach**, które wraz z Halą Widowiskowo-Sportową „Spodek” mogą pomieścić w trakcie jednego wydarzenia nawet 25 000 osób¹¹⁴. Niemniej dla organizacji wydarzeń, szczególnie w aspekcie realizacji wydarzeń kilkudniowych, na które uczestnicy przyjeżdżają z dalszych miejscowości a nawet z zagranicy kluczowe znaczenie ma baza noclegowa.

W województwie śląskim funkcjonuje 559 całorocznych obiektów noclegowych, dysponujących łącznie 44 520 miejscami noclegowymi (stan na lipiec 2023 roku). Ze wskaźnikiem **gęstości bazy noclegowej** wynoszącym 3,6 miejsca noclegowego na km², jest **drugim w Polsce pod względem całorocznej bazy noclegowej**, za województwem małopolskim gdzie wskaźnik ten wynosi 6,9¹¹⁵. Największą bazą noclegową dysponuje południowa część województwa – tj. powiaty cieszyński, bielski, żywiecki oraz położone w centralnej części miasto Katowice. Biorąc pod uwagę gęstość całorocznej bazy noclegowej (rys. 2), najwyższe wartości występują w przypadku m. Katowice (32,3 miejsca na km²), m. Chorzów (19,6 miejsca na km²), m. Bielsko-Biała (16,3 miejsca na km²), powiatu cieszyńskiego (16,2 miejsca na km²) oraz m. Gliwice (13,7 miejsca na km²), zaś najniższe w powiatach częstochowskim i kłobuckim (odpowiednio 0,28 i 0,3 miejsca na km²).

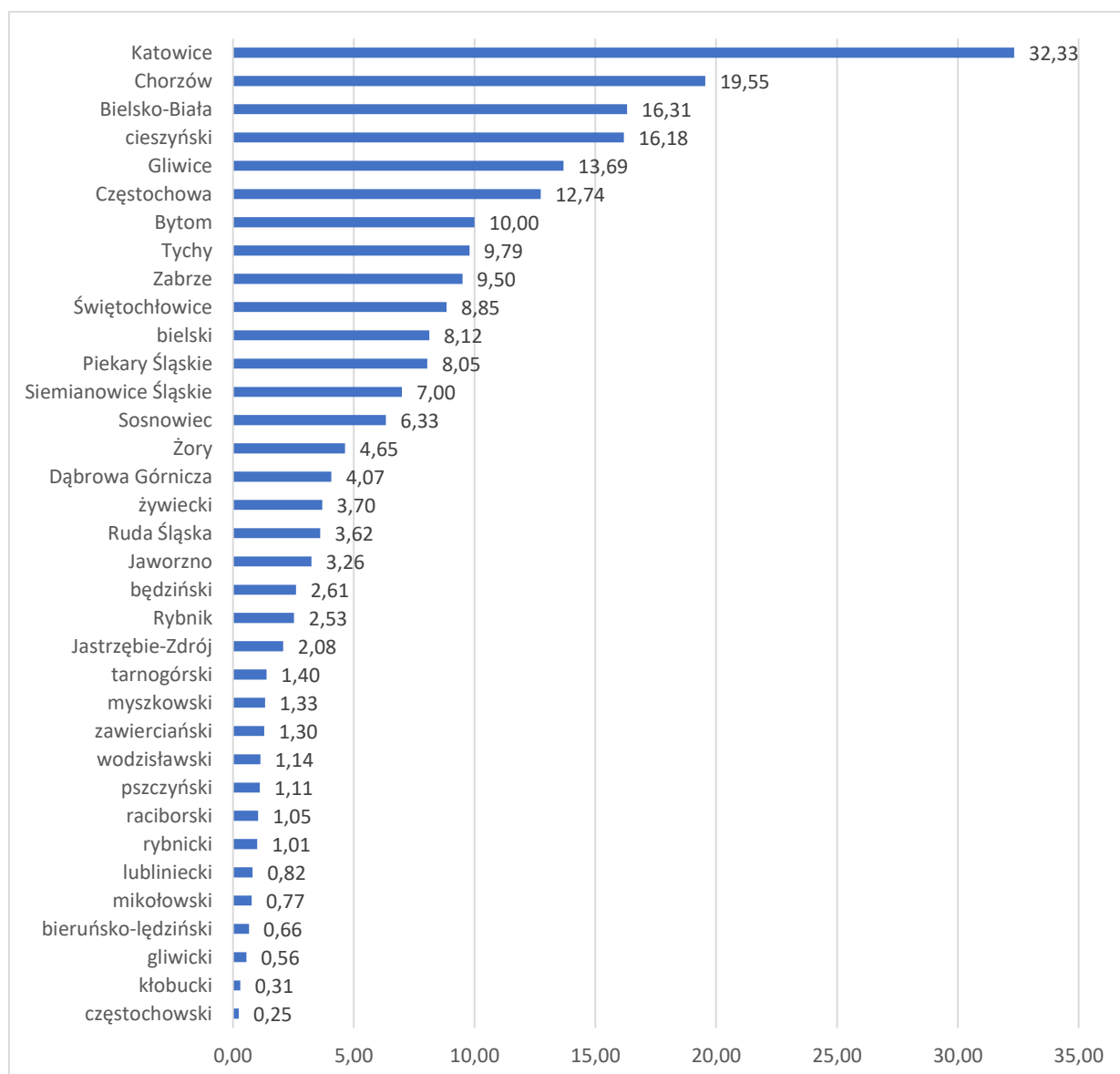
¹¹¹ tamże.

¹¹² por. Badanie ruchu turystycznego w województwie śląskim w 2022 roku, Research Collective

¹¹³ tamże.

¹¹⁴ <https://www.mckkatowice.pl/en/culture-zone/94/> (dostęp: 12.12.2023)

¹¹⁵ por. Bank Danych Lokalnych GUS, Turystyka, turystyczne obiekty noclegowe <https://bdl.stat.gov.pl/> (dostęp: 1.12.2023)



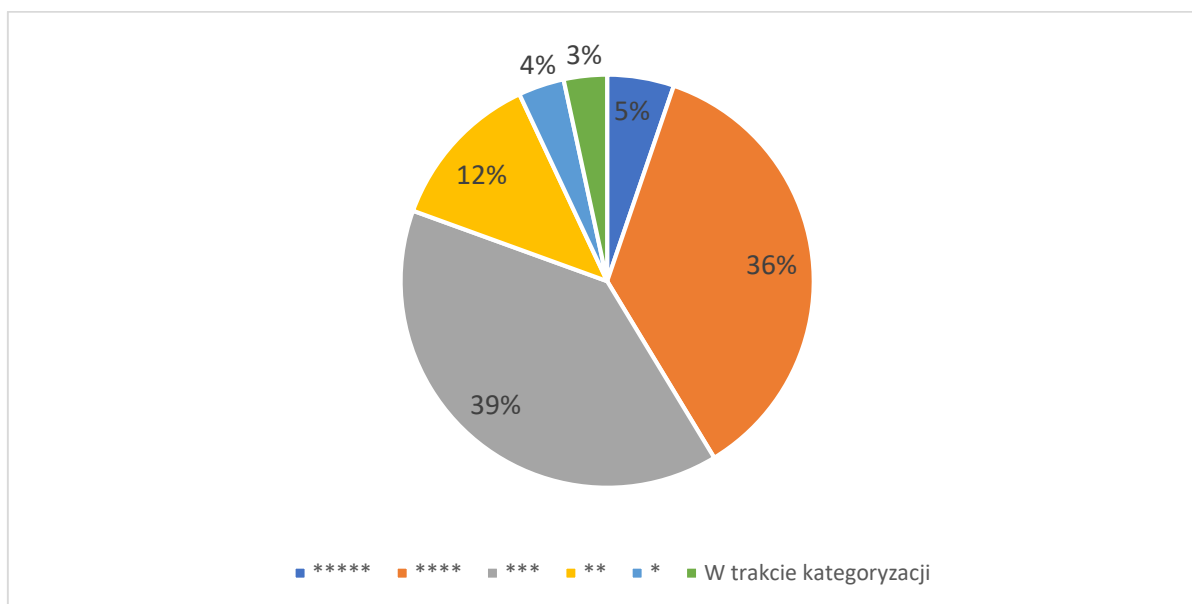
Rysunek 2. Wskaźnik gęstości całorocznej bazy noclegowej w powiatach województwa śląskiego, stan na lipiec 2023 (liczba miejsc noclegowych na km² powierzchni)

Źródło: opracowanie własne na podstawie BDL GUS

Dla rozwoju turystyki biznesowej szczególną rolę odgrywają hotele, posiadające kategorię 4 i 5 gwiazdek, które zgodnie z Rozporządzeniem¹¹⁶ muszą posiadać w swoich zasobach materialnych zespoły sal wielofunkcyjnych, dostosowanych do charakteru obiektu - konferencyjnych, klubowych, szkoleniowych itp. Hotele 4 lub 5 gwiazdkowe znajdują się w niespełna 60% powiatów województwa. Najwięcej takich obiektów znajduje się w m. Katowice (9) oraz powiecie cieszyńskim (8). Województwo śląskie w 2023 roku dysponowało 10 482 miejscami noclegowymi w takich obiektach, co pozwala

¹¹⁶ Rozporządzenie Ministra Gospodarki i Pracy(1) z dnia 19 sierpnia 2004 r. w sprawie obiektów hotelarskich i innych obiektów, w których są świadczone usługi hotelarskie

sklasyfikować ten region na szóstym miejscu w Polsce. Biorąc jednak pod uwagę **gęstość bazy hotelowej w kategorii 4 i 5 gwiazdkowej, z liczbą 8,5 miejsca/10 km², ustępuje jedynie województwu małopolskiemu**, gdzie wskaźnik ten wynosił 15,5 miejsca/10 km². **40% miejsc noclegowych** zlokalizowanych w hotelach, mieści się w obiektach kategorii 4 lub 5 gwiazdkowej. Najwięcej miejsc noclegowych w obiektach tych kategorii zlokalizowanych jest w m. Katowice oraz powiecie cieszyńskim, odpowiednio 3002 i 3301. Natomiast w przypadku m. Katowice i m. Dąbrowa Górnicza, w obiektach tych kategorii jest zlokalizowanych 66% miejsc noclegowych, a w powiecie bielskim 65%. Biorąc pod uwagę pokoje, **41% pokoi** dostępnych w hotelach, znajduje się w obiektach posiadających kategorię 4 lub 5 gwiazdek (rys. 3). Oznacza to, że województwo śląskie jest na szóstym miejscu w Polsce, za województwami: mazowieckim, małopolskim, pomorskim, zachodniopomorskim i warmińsko-mazurskim.

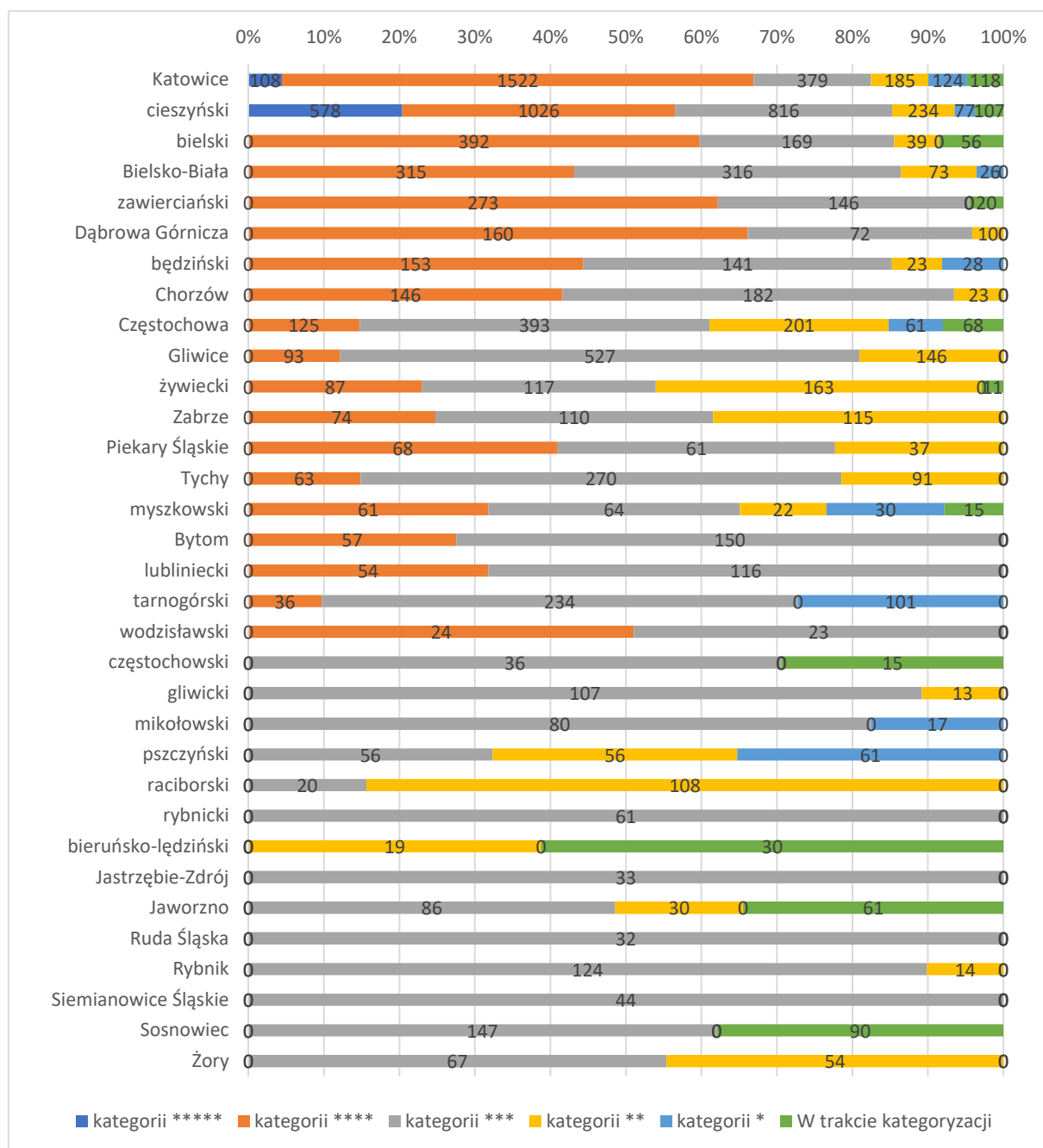


Rysunek 3. Rozkład pokoi według kategorii hoteli w województwie śląskim (stan na lipiec 2023)

Źródło: opracowanie własne na podstawie BDL GUS

Uwzględniając całość skategoryzowanej bazy noclegowej, powyżej 60% z ogólnej liczby pokoi znajduje się w hotelach o kategorii 4 lub 5 gwiazdek w powiatach bielskim, zawierciańskim, m. Dąbrowa Górnicza oraz m. Katowice¹¹⁷ (rys. 4.).

¹¹⁷ por. Bank Danych Lokalnych GUS, Turystyka, turystyczne obiekty noclegowe <https://bdl.stat.gov.pl/> (dostęp: 1.12.2023)

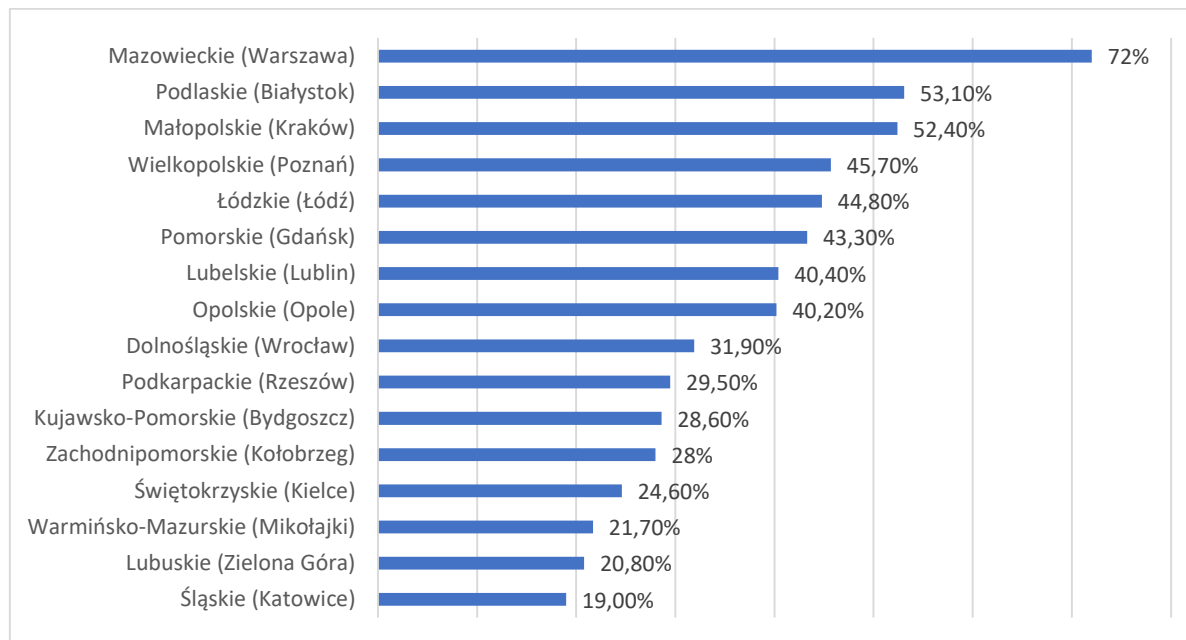


Rysunek 4. Struktura bazy noclegowej w poszczególnych powiatach województwa śląskiego z uwzględnieniem kategorii hoteli, moteli, pensjonatów i liczby pokoi (stan na 31 lipca 2023)

Źródło: opracowanie własne na podstawie BDL GUS

Szczególną cechą województwa śląskiego jest niski poziom koncentracji (znaczne rozproszenie) bazy noclegowej o standardzie 5, 4 i 3 gwiazdkowym. Wprawdzie Katowice dysponują największą liczbą pokoi w takich hotelach (w 2023 r. było to 2 009 pokoi), to jest to tylko 19% ogółu takiej bazy noclegowej w województwie (rys. 5). Drugim pod tym względem województwem jest warmińsko-mazurskie, gdzie niespełna 22% takich pokoi było zlokalizowane w gminie Mikołajki, a trzecim

zachodniopomorskie, w przypadku, którego niespełna 28% takiej bazy zlokalizowane jest w Kołobrzegu.



Rysunek 5. Odsetek pokoi w obiektach 3, 4 i 5 gwiazdkowych zlokalizowany w powiecie dysponującym największą ich liczbą w województwie.

Źródło: opracowanie własne na podstawie BDL GUS

Województwo zachodnio-pomorskie i warmińsko-mazurskie to regiony, gdzie największa koncentracja pokoi w hotelach 3, 4 i 5 gwiazdkowych występowała poza miastem wojewódzkim. Najwięcej pokoi w hotelach 3, 4 i 5 gwiazdkowych w jednym mieście znajduje się w Warszawie, która zdominowała statystyki województwa mazowieckiego. W stolicy zlokalizowanych jest 72% ogółu pokoi w hotelach tych kategorii z całego województwa (rys. 5). Katowice są liderem w województwie śląskim ze stosunkowo niewielką bazą noclegową na tle Krakowa czy Warszawy, ale mniejszą również od Gdańska, Wrocławia, Poznania i Łodzi. Cała Górnośląsko-Zagłębiowska Metropolia dysponuje 4 982 pokojami w hotelach 3, 4 i 5 gwiazdkowych, co stanowi 47% ogółu takiej bazy w województwie. Należy jednak zwrócić uwagę na fakt, iż nawet uwzględniając całą bazę noclegową o standardzie 3, 4 i 5 gwiazdkowym zlokalizowaną na terenie Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii, liczba pokoi w 2023 roku była wciąż znacząco mniejsza od tej na terenie Warszawy (14 788 pokoi), Krakowa (10 339 pokoi), a tylko niewiele większa od bazy Gdańska (4 723 pokoi)¹¹⁸ i Wrocławia (4 568 pokoi).

¹¹⁸ Gdyby brać pod uwagę Trójmiasto - Gdańsk, Gdynia, Sopot takich pokoi było 7 213

2.3.2. Ceny noclegów

Jednym z kryteriów decydujących o miejscu organizacji wydarzeń biznesowych są koszty ich realizacji, na które może wpływać wiele zmiennych, dotyczących m.in. wielkości i standardu wynajmowanej powierzchni na potrzeby organizacji wydarzenia, konieczności zapewnienia noclegów, dojazdu, itp. Wiele składowych kosztów całkowitych wydarzenia zależy od indywidualnych ustaleń organizatora wydarzeń z kontrahentami. Pewną informacją co do kosztów organizacji wydarzenia może być poziom cen za oferowane usługi noclegowe. Dla porównania województw w zakresie potencjalnych kosztów organizacji wydarzeń, dokonano porównania poziomu cen w obiektach noclegowych w poszczególnych województwach. Z uwagi na fakt, że cena noclegu również uwarunkowana jest wieloma zmiennymi, zarówno kontrolowanymi przez przedsiębiorstwa hotelarskie, jak również od nich niezależnymi, a kluczowe znaczenie dla kształtowania polityki cenowej ma standard i lokalizacja hotelu¹¹⁹, dokonano porównania cen noclegu w województwach przyjmując następujące założenia, istotne z punktu widzenia turystyki biznesowej:

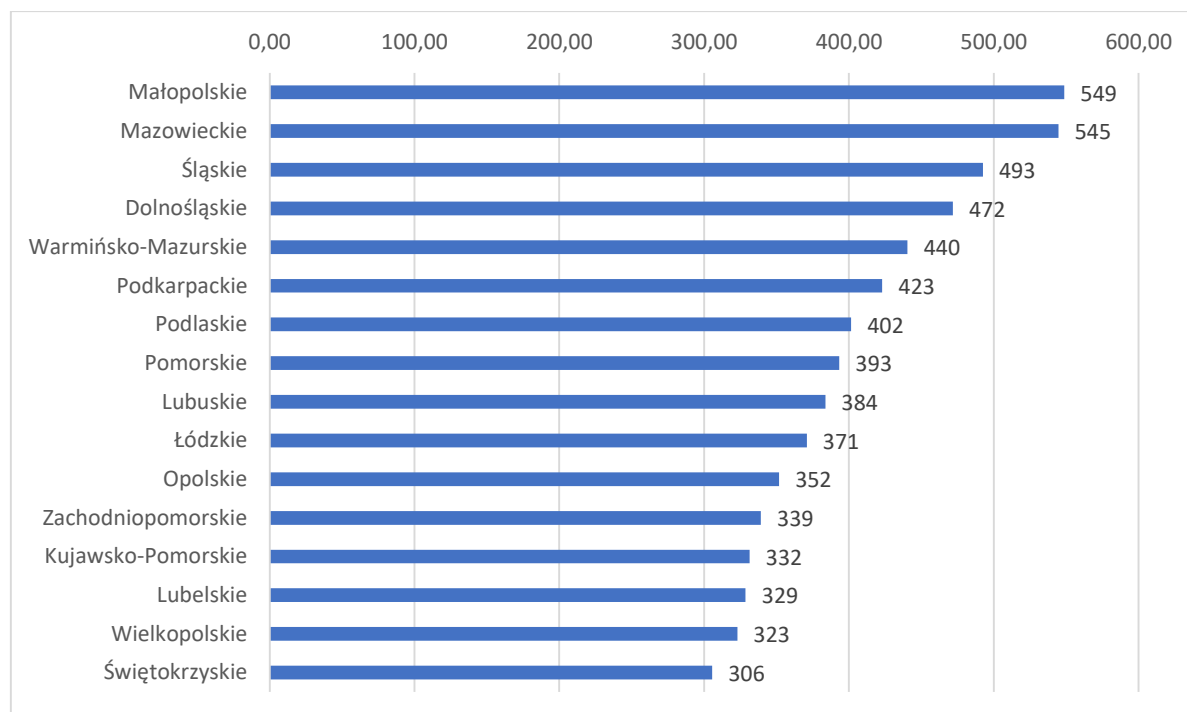
- w każdym z województw uwzględniono 4 lub 6 obiektów - zlokalizowanych w przypadku każdego województwa na terenie miasta lub miast będących stolicami województw oraz gminy dysponującej drugą największą liczbą pokoi w województwie, przy uwzględnieniu tylko pokoi w bazie posiadającej kategorię 3, 4 lub 5 gwiazdek,
- w przypadku każdego miasta/gminy uwzględniono po jednym hotelu 4 oraz 3 gwiazdkowym, zlokalizowanym najbliżej głównej stacji kolejowej; nie wzięto pod uwagę hoteli 5- gwiazdkowych z uwagi na ich ograniczoną dostępność w części analizowanych gmin,
- ponadto uwzględniono cenę dwóch noclegów w pokoju jednoosobowym ze śniadaniem,
- jako termin noclegu przyjęto okres od 9 do 11 kwietnia 2024 roku, tj. od wtorku do czwartku, z uwagi na fakt, że najwięcej spotkań biznesowych odbywa się właśnie w tych dniach,
- przyjęto ceny publikowane na platformie *booking.com*, bez uwzględnienia zniżek, jeśli takowe były oferowane,
- analizowane ceny pochodzą z dnia 9.02.2024 roku.

Dodatkowo należy zauważyć, że nie wszędzie znajdował się hotel 4 gwiazdkowy, nie wszędzie znajdowały się również stacje kolejowe¹²⁰. Szczegółowe porównanie zawiera załącznik nr 6. Następnie

¹¹⁹ por. M. Sidorkiewicz, A. Pawlicz: Propedeutyka hotelarstwa. Ujęcie ekonomiczne. Difin, Warszawa 2015, s. 108-110

¹²⁰ Sytuacja związana z brakiem hotelu o standardzie 4 gwiazdkowym dotyczyła Kędzierzyna-Koźła oraz Słubic. W takich przypadkach cenę noclegu oszacowano na podstawie zwiększenia ceny noclegu w hotelu 3 gwiazdkowym w danym mieście, o 45,8% (tyle wynosiła bowiem różnica pomiędzy średnią ceną noclegu w

obliczono średnią cenę jednego noclegu ze śniadaniem dla jednej osoby we wszystkich obiektach analizowanych w danym województwie (rys. 6).



Rysunek 6. Porównanie cen noclegów w wybranych hotelach 3 i 4 gwiazdkowych (w zł).

Źródło: opracowanie własne na podstawie cen w portalu booking.com opublikowanych w dniu 9.02.2024

Najwyższe ceny odnotowano w przypadku województwa mazowieckiego oraz małopolskiego (w obu przypadkach przekroczyły one 500 złotych), a najniższe w przypadku województwa lubelskiego, wielkopolskiego i świętokrzyskiego (poniżej 330 złotych). Województwo śląskie ze średnią ceną 492,50 złotych plasowało się na 3. miejscu, tuż przed województwem dolnośląskim, gdzie średnia cena noclegu wynosiła 471,75 złotych. Uwzględniając jedynie miasta wojewódzkie sytuacja wygląda bardzo podobnie. Najwyższą średnią cenę noclegu odnotowano w województwie mazowieckim (611 złotych), następnie małopolskim (509 złotych), a w przypadku województwa śląskiego było to 450,25 złotych.

hotelu 4 a 3 gwiazdkowym w pozostałych analizowanych przypadkach). W przypadku braku stacji kolejowej brano pod uwagę hotel zlokalizowany najbliżej centrum gminy.

2.3.3. Restauracje w województwie śląskim

W 2022 roku na terenie województwa śląskiego funkcjonowało 647 restauracji. **Gęstość restauracji** wynosi w regionie 5,2 restauracji na 100 km². Jest to **najwyższa wartość w kraju**. Wyższa niż gęstość dla województwa małopolskiego (4,6) czy mazowieckiego (3)¹²¹. W regionie występują niemal wszystkie znane marki sieciowych restauracji krajowych i międzynarodowych. Rozproszenie restauracji na terenie całego województwa zapewnia szybki i łatwy dostęp do nich dla grup zorganizowanych. Warto wspomnieć, iż rozwój bazy restauracyjnej wspierany jest przez działania promocyjne Śląskiej Organizacji Turystycznej, która wykreowała regionalny produkt turystyczny Szlak Kulinaryny - Śląskie Smaki.

2.3.4. Infrastruktura rekreacyjno-sportowa

Województwo śląskie dysponuje czwartą w Polsce bazą **obiektów sportowych**, takich jak stadiony, hale sportowe i gimnastyczne, korty tenisowe i kryte pływalnie (713). Więcej znajduje się w województwach mazowieckim, wielkopolskim i małopolskim. Jest ona natomiast największa w odniesieniu do powierzchni, wynosiła w 2022 roku 5,8 obiektu reprezentującego infrastrukturę sportowo-rekreacyjną na 100 km² ¹²². Dla porównania w drugim w kolejności województwie małopolskim wartość tego wskaźnika wyniosła 4,7, a średnia dla Polski jest ponad dwukrotnie mniejsza – 2,5. W województwie śląskim znajduje się **najwięcej dużych hal sportowo-widowiskowych w Polsce** (20 spośród 129). Ponadto **2 z 5 największych hal sportowych** w kraju znajdują się w województwie śląskim, tj. Hala Widowiskowo-Sportowa Spodek w Katowicach oraz PreZero Arena w Gliwicach¹²³. Ofertę rekreacyjno-sportową uzupełniają pola golfowe (w Bytomiu, Gliwicach, Konopiskach, Mikołowie, Pszczynie, Siemianowicach Śląskich, Tychach), czy parki wodne (w Dąbrowie Górniczej, Leśnej, Łazach, Rudzie Śląskiej, Tarnowskich Górach, Tychach, Żorach). Ponadto warto dodać, że to w województwie śląskim swoje siedziby mają organizacje sportowe, które w 2023 roku zdobyły najlepsze miejsca w rywalizacji ogólnopolskiej w najpopularniejszych dyscyplinach sportowych (piłka nożna - Raków Częstochowa S.A., piłka siatkowa - Jastrzębski Węgiel S.A., hokej na lodzie GKS GieKSa Katowice S.A.). W ostatnich latach na terenie województwa śląskiego zorganizowano wiele wydarzeń sportowych rangi mistrzowskiej o znaczeniu międzynarodowym – Mistrzostwa Świata U-20 w piłce

¹²¹ por. Bank Danych Lokalnych GUS, Handel i gastronomia, Placówki gastronomiczne, <https://bdl.stat.gov.pl/> (dostęp: 1.12.2023)

¹²² por. Bank Danych Lokalnych GUS, Kultura fizyczna, sport, rekreacja, <https://bdl.stat.gov.pl/> (dostęp: 1.12.2023)

¹²³ por. Duże hale widowiskowo-sportowe w Polsce. Inwentaryzacja bazy sportowej, Warszawa 2023, s.8

nożnej (2019), Mistrzostwa Europy U-21 w piłce nożnej (2017), FIVB Mistrzostwa Świata w siatkówce mężczyzn (2022), czy Mistrzostwa Świata w piłce ręcznej (2023).

Wydarzenia te przyczyniają się zarówno do rozwój sportu w regionie, jak i sprzyjają kolejnym inwestycjom w infrastrukturę wydarzeń. Nowoczesne obiekty sportowe to dzisiaj wielofunkcyjne miejsca spotkań, w których coraz częściej można zorganizować wydarzenia biznesowe¹²⁴.

2.3.5. Infrastruktura kulturalna

Województwo śląskie było w 2022 roku **trzecim w Polsce** pod względem liczby funkcjonujących teatrów (12), liczby przedstawień w stałych salach teatralnych (2 715), oraz liczby widzów (90 114)¹²⁵, ustępując we wszystkich trzech obszarach województwom mazowieckiemu i małopolskiemu. Województwo śląskie było również trzecie pod tym względem w przeliczeniu na jednostkę powierzchni. Region cechuje szeroka oferta kin - jest ono drugim w Polsce pod względem liczby kin i multipleksów (66) i najmniejszej liczby ludności przypadającej na jedno miejsce w kinie (103)¹²⁶, odpowiednio za województwami mazowieckim i dolnośląskim. Liczba 80 placówek muzealnych plasuje województwo śląskie na piątym miejscu w Polsce pod tym względem (za województwami mazowieckim, małopolskim, pomorskim i wielkopolskim), a drugim w przypadku odniesienia tej wartości do powierzchni województwa (0,6/100 km²), ustępuje jedynie województwu małopolskiemu (0,7/100 km²)¹²⁷.

2.4. Dostępność komunikacyjna województwa śląskiego

Na terenie województwa śląskiego znajduje się Międzynarodowy Port Lotniczy Katowice im. Wojciecha Korfanteo w Pyrzowicach, który w 2023 roku obsłużył 5 594 130 pasażerów¹²⁸. Jest to pod tym względem **czwarty port lotniczy** w kraju za lotniskami w Warszawie, Krakowie i Gdańsku. Port ten jest najwyżej położonym lotniskiem w kraju (303 m n.p.m.), co sprawia, że gęste mgły występują rzadziej niż

¹²⁴ por.: K. Cieślowski, J. Kantyka: Współczesne obiekty sportowe jako podmioty na rynku turystyki biznesowej w Polsce. w: Ekonomiczne Problemy Turystyki nr 1 (25), 2014, s. 147-161

¹²⁵ por. Bank Danych Lokalnych GUS, Kultura, Działalność sceniczna i wystawiennicza, <https://bdl.stat.gov.pl/> (dostęp: 1.12.2023)

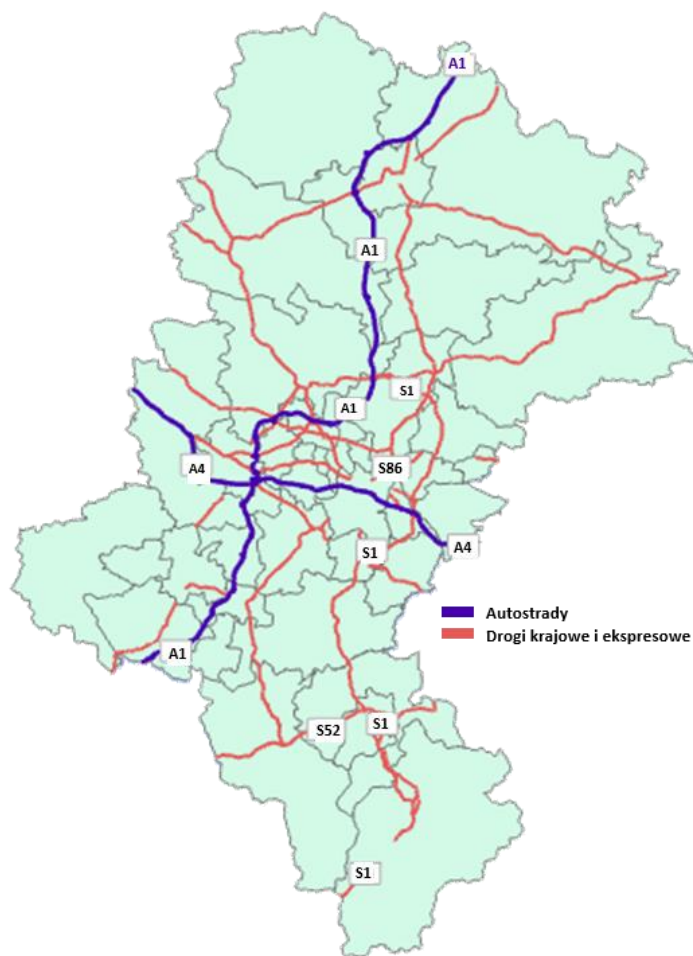
¹²⁶ por. Bank Danych Lokalnych GUS, Kultura, kina <https://bdl.stat.gov.pl/> (dostęp: 1.12.2023)

¹²⁷ por. Bank Danych Lokalnych GUS, Kultura, muzea, <https://bdl.stat.gov.pl/> (dostęp: 1.12.2023)

¹²⁸ Podsumowanie przewozów pasażerskich na polskich lotniskach w 2023 roku, <https://www.ulc.gov.pl/pl/aktualnosci/6405-podsumowanie-przewozow-pasazerskich-na-polskich-lotniskach-w-2023-roku> (dostęp 14.04.2024)

w innych portach i zmniejszają ryzyko przekierowania lotu¹²⁹. W pobliżu województwa znajdują się również międzynarodowe porty lotnicze w Krakowie i Ostrawie.

Przez województwo śląskie przebiegają dwa europejskie szlaki komunikacji drogowej – Autostrady A1 i A4. Ponadto, region posiada **najgęstsza sieć dróg ekspresowych i autostrad** w Polsce wynoszącą 3,11 km/100 km² (rys. 7), co gwarantuje utrzymanie zdolności komunikacyjnej na wysokim poziomie, a w przypadku załamania warunków pogodowych (np. opadów śniegu) umożliwia sprawne dotarcie na miejsce wydarzenia. Na terenie województwa znajduje się największy węzeł drogowy w Europie Środkowo-Wschodniej – Węzeł Sośnica. Dodatkowo region ten ma najgęstsza sieć dróg o twardej nawierzchni w Polsce (177,6 km/100 km²)¹³⁰, co zapewnia komfortowy dojazd samochodami osobowymi do wielu miejsc spotkań.



Rysunek 7. Sieć głównych dróg w województwie śląskim

źródło: <https://geoportal.orsip.pl/gis/> (dostęp: 21.02.2024)

¹²⁹ Katowice Airport z remedium na mgły, <https://investmap.pl/katowice-katowice-airport-z-remedium-na-mgly.a92365> (dostęp: 12.12.2023)

¹³⁰ por. Bank Danych Lokalnych GUS, Transport i łączność, drogi publiczne <https://bdl.stat.gov.pl/> (dostęp: 16.11.2023)

Województwo śląskie posiada również **najgęstsza sieć kolejową** w Polsce (15,1 km/100 km²). Dodatkowo w największym stopniu zelektryfikowaną (92,5%). Na terenie województwa zatrzymują się pociągi umożliwiające bezpośredni dojazd do stolic innych krajów europejskich – Berlin, Bratysława, Budapeszt, Praga, Wiedeń, ponadto od grudnia 2023 roku istnieje możliwość bezpośredniego dojazdu do Monachium. Czas dojazdu z Katowic do Warszawy pociągiem InterCity Premium to zaledwie 2:24 minuty.

Mając na uwadze dostępność komunikacyjną należy zwrócić uwagę również na relatywnie krótszy czas dojazdu do Katowic z wybranych miast Polski (stolic województw o największym wpływie na krajowe PKB) oraz europejskich stolic z którymi polskie miasta mają bezpośrednie połączenia kolejowe. W przypadku połączeń kolejowych (tab. 2), średni czas dojazdu do Katowic był o 30 minut krótszy niż do Krakowa i o 1:04 od Warszawy.

Tabela 2. Porównanie czasu podróży koleją pomiędzy Katowicami, Krakowem, Warszawą i wybranymi miastami w godzinach i minutach

	Poznań	Gdańsk	Wrocław	Berlin	Praga	Wiedeń	Budapeszt	Bratysława	Średnie wskazania
Katowice	03:38	05:04	01:53	06:03	05:17	04:43	08:23	05:38	05:04
Kraków	04:30	04:51	02:46	06:55	05:49	05:12	08:37	05:52	05:34
Warszawa	02:30	02:33	03:38	05:21	08:04	07:37	11:09	08:19	06:08

Źródło: opracowanie własne na podstawie rozkładu ze strony intercity.pl. Brano pod uwagę najszybsze, bezpośrednie połączenie w dniu 7.03.2024.

Tabela 3. Porównanie czasu podróży samochodem pomiędzy Katowicami, Krakowem, Warszawą i wybranymi miastami w godzinach i minutach

	Poznań	Gdańsk	Wrocław	Berlin	Praga	Wiedeń	Budapeszt	Bratysława	Wilno	Średnie wskazania
Katowice	03:32	04:28	01:59	04:53	04:20	03:53	05:14	03:29	08:12	04:26
Kraków	04:23	05:21	02:50	05:42	05:10	04:44	06:15	04:18	08:32	05:15
Warszawa	02:54	03:27	03:29	05:13	06:37	06:18	07:30	05:51	05:36	05:12

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych ze strony docelu.pl. Brano pod uwagę najszybsze połączenie, nie uwzględniając aktualnych utrudnień. Data porównania 7.03.2024.

W przypadku czasu przejazdu samochodem (tab. 3), średni czas przejazdu do Katowic był krótszy o 46 od Warszawy i 49 minut od Krakowa. W tym przypadku uwzględniono również Wilno, pominięte w przypadku połączeń kolejowych ze względu na brak bezpośredniego połączenia z żadnym polskim miastem.

3. Metodyka badań empirycznych

Badania ankietowe realizowane były od **15 listopada 2023 roku do 7 marca 2024 roku** metodą ankiety internetowej (CAWI) wspomaganej telefonicznie. W pierwszej kolejności przeszkoleni ankieterzy Centrum Badań i Rozwoju wykonywali telefon do danej instytucji z zaproszeniem do udziału w badaniu. Podczas rozmowy przedstawiono cel realizowanego projektu oraz dokonano wstępnej weryfikacji obiektu na podstawie pytania filtrującego, czy obiekt nadaje się do badania właściwego. Wykonawca opracował ankietę w wersji elektronicznej, gdzie respondenci samodzielnie mogli udzielić odpowiedzi na wszystkie pytania. Średni czas wypełnienia ankiety wynosił 12 minut.

Łączna liczba obiektów poddanych badaniu **wyniosła 967**, z czego dane dla 909 obiektów pozyskano dzięki wspomnianej ankiecie, a **58** na podstawie danych zastanych. Liczba obiektów w ramach poszczególnych grup była zróżnicowana (tab.4.).

Tabela 4. Liczba obiektów przebadanych w ramach poszczególnych kategorii

Kategoria obiektów	Liczba przebadanych obiektów
Noclegowe	266
Centra konferencyjne i wystawiennicze	30
Kulturalne	152
Sportowe	67
Szkoły wyższe i placówki edukacyjne	185
Inne obiekty, w tym:	
gastronomiczne	258
pozostałe obiekty wydarzeń	9
Razem	967

Źródło: opracowanie własne

Obiekty wydarzeń poddane analizie podzielono na siedem kategorii, w tym:

- obiekty noclegowe,
- centra konferencyjne i wystawiennicze,
- obiekty kulturalne,
- obiekty sportowe,
- szkoły wyższe i placówki edukacyjne,
- obiekty gastronomiczne,
- pozostałe obiekty wydarzeń.

W grupie **obiekty noclegowe** analizie poddano łącznie 266 obiektów noclegowych. W tej grupie uzyskano odpowiedzi od 158 skategoryzowanych hoteli z operatu liczącego 221 obiektów, co daje *response rate 71,5%*. Wśród nich znalazły się:

- 4 hotele 5-gwiazdkowe na 4 dostępne (*response rate 100%*),
- 34 hotele 4-gwiazdkowe na 48 dostępnych (*response rate 71%*),
- 80 hoteli 3-gwiazdkowych na 112 dostępnych (*response rate 71%*),
- 33 hotele 2-gwiazdkowe na 45 dostępnych (*response rate 73%*),
- 7 hoteli 1-gwiazdkowych na 12 dostępnych (*response rate 58%*).

Pozostałe 62 obiekty noclegowe, które udzieliły odpowiedzi to obiekty nieskategoryzowane. Dodatkowo na podstawie danych zastanych (źródła wtórnych) uzupełniono informacje dotyczące hoteli, które znajdowały na liście skategoryzowanych obiektów hotelarskich Urzędu Marszałkowskiego województwa śląskiego i spełniały kryterium wejścia, tj. posiadały przynajmniej jedno pomieszczenie konferencyjne. Zakres pozyskiwanych w tym obszarze informacji był węższy – poza danymi teleadresowymi obejmował dane na temat liczby dostępnych sal, ich powierzchni i pojemności, przeanalizowano również dostępne dane dotyczące dostępności komunikacyjnej. Liczba takich obiektów wyniosła 46.

W grupie **centra konferencyjne i wystawiennicze** badaniem objęto 30 centrów, które wypełniły ankietę z operatu liczącego 81 pozycji, co daje *response rate 37%*.

Wśród obiektów kulturalnych ankietę wypełniły 152 obiekty z operatu liczącego 504 pozycji, co daje *response rate 30%*.

W kolejnej grupie znalazło się 67 **obiektów sportowych**, które wypełniły ankietę z operatu liczącego 110 pozycji, co daje *response rate 61%*.

W kategorii **szkoły wyższe i placówki edukacyjne** zakwalifikowały się 173 obiekty, które wypełniły ankietę, w tym było 9 uczelni wyższych z operatu POLON liczącego 52 pozycji, co daje *response rate 17%* (*przy czym Centrum Edukacyjno-Kongresowe Politechniki Śląskiej znajduje się w bazie centrów konferencyjnych, ponieważ przedstawiciele obiektów sami wskazywali dominującą funkcję obiektu*). Dodatkowo na podstawie danych zastanych uzupełniono informacje dotyczące sal/pomieszczeń udostępnianych na potrzeby organizacji wydarzeń biznesowych w obiektach uczelni publicznych. Podobnie, jak w przypadku obiektów noclegowych zakres pozyskiwanych w tym obszarze informacji

był węższy – poza danymi teleadresowymi obejmował dane na temat liczby dostępnych sal, ich powierzchni i pojemności, przeanalizowano również dostępne dane dotyczące dostępności komunikacyjnej. Udało się zidentyfikować 12 takich obiektów, co sprawia, że w tej grupie poddano analizie 185 obiektów.

Pozycję oznaczoną w kategoriach obiektów wydarzeń jako „inne” w kwestionariuszu wypełniło 267 obiektów wydarzeń. Uwzględniając opis potencjału usługowego i specyfikę wyposażenia zauważyć należy, że **258 obiektów** stanowiły **obiekty gastronomiczne**. W tej grupie 258 obiektów wypełniło ankietę z operatu liczącego 866 pozycji, co daje *response rate* 30%. A pozostałe inne obiekty wydarzeń, to nieskategoryzowane obiekty w liczbie 9 placówek o zróżnicowanej specyfice. Są tu m.in. port lotniczy, centra biznesowe, czy inkubator przedsiębiorczości.

4. Obiekty wydarzeń biznesowych w województwie śląskim w świetle badań rynkowych

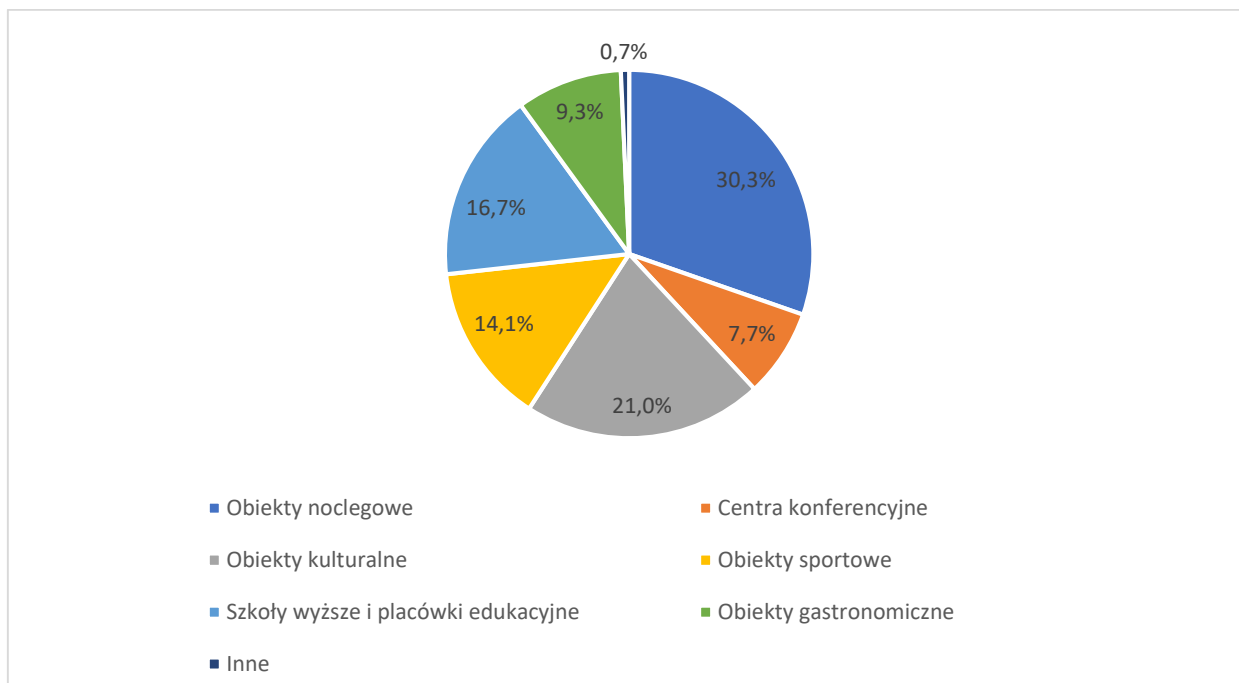
4.1. Analiza ogólna obiektów wydarzeń biznesowych i ich potencjału usługowego

W wyniku przeprowadzonych badań strony podaźowej rynku turystyki biznesowej analizie poddano 967 obiektów wydarzeń biznesowych z terenu wszystkich 36 powiatów (patrz zał. 7), w których zidentyfikowano łącznie 184 530 miejsc siedzących (tab. 5, rys. 9). Największą liczbą miejsc konferencyjnych dysponują obiekty noclegowe (55 991 miejsc, co stanowi 30,3% ogółu - patrz rys. 8). Uwzględniając rozkład terytorialny według powiatów – największą liczbą miejsc konferencyjnych dysponowały: miasto Katowice (47 870), powiat cieszyński (17 666) oraz miasto Bielsko-Biała (10 374). Łącznie te trzy powiaty dysponowały liczbą 75 910 miejsc konferencyjnych, co stanowiło 41,1% ogółu. Są to również powiaty, w których liczba miejsc była wyższa od 10 000.

Tabela 5. Liczba miejsc siedzących w pomieszczeniach konferencyjnych obiektów wydarzeń biznesowych według powiatów i kategorii obiektu wydarzeń

	Suma (liczba siedzących miejsc konferencyjnych)	Obiekty noclegowe (liczba przebadanych obiektów – 266)	Centra konferencyjne (liczba przebadanych obiektów – 30)	Obiekty kulturalne (liczba przebadanych obiektów – 152)	Obiekty sportowe (liczba przebadanych obiektów – 67)	Szkoły wyższe i placówki edukacyjne (liczba przebadanych)	Obiekty gastronomiczne (liczba przebadanych obiektów – 258)	Pozostałe obiekty wydarzeń (liczba przebadanych obiektów – 9)
będziński	4 155	1 440	50	1 250	1 060	130	225	0
bielski	6 353	4 938	0	525	250	370	270	0
bieruńsko-lędziński	1 360	300	0	130	200	490	240	0
cieszyński	17 666	13 719	0	579	1 910	543	775	140
częstochowski	1 366	420	0	120	103	90	633	0
gliwicki	2 143	658	0	380	305	190	610	0
kłobucki	660	0	0	600	60	0	0	0
lubliniecki	1 627	692	0	610	0	250	75	0
Bielsko-Biała	10 374	2 441	30	2 838	1 552	2 471	1 042	0
Bytom	3 284	285	0	2 067	90	657	185	0
Chorzów	7 837	2 003	0	1 042	3 002	1 425	315	50
Częstochowa	7 047	1 902	80	250	100	3 350	1 065	300
Dąbrowa Górnicza	2 780	920	170	1 260	0	295	135	0
Gliwice	6 623	1 850	2 500	509	450	255	1 059	0
Jastrzębie-Zdrój	1 735	580	0	100	60	385	610	0
Jaworzno	1 326	260	110	176	0	290	490	0
Katowice	47 870	4 731	10 888	9 890	11 100	9 598	1 603	60
Mysłowice	1 147	0	0	867	140	25	115	0
Piekary Śląskie	1 539	1 115	0	250	40	120	14	0
Ruda Śląska	3 205	770	0	1 395	120	500	340	80
Rybnik	3 475	850	20	852	750	603	380	20
Siemianowice Śl.	1 127	535	0	442	130	0	20	0
Sosnowiec	9 118	410	0	501	2 387	4767	765	288
Świętochłowice	470	0	0	50	100	0	320	0
Tychy	4 721	1 151	150	1 755	500	255	610	300
Zabrze	8 460	2 229	0	4 183	280	798	970	0
Żory	400	150	40	80	0	40	90	0
mikołowski	3 482	1 230	197	850	310	0	895	0
myszkowski	502	342	0	50	45	0	65	0
pszczyński	4 116	1 120	0	861	398	540	1197	0
raciborski	2 768	1 440	0	1 060	20	70	178	0
rybnicki	230	0	0	0	70	0	160	0
tarnogórski	3 487	1 191	35	618	150	530	865	98
wodzisławski	1 713	250	30	543	190	300	400	0
zawierciański	4 954	2 819	0	1 017	150	868	100	0
żywiecki	5 410	3 250	0	1 140	0	690	330	0
Suma	184 530	55 991	14 300	38 840	26 022	30 895	17 146	1 336

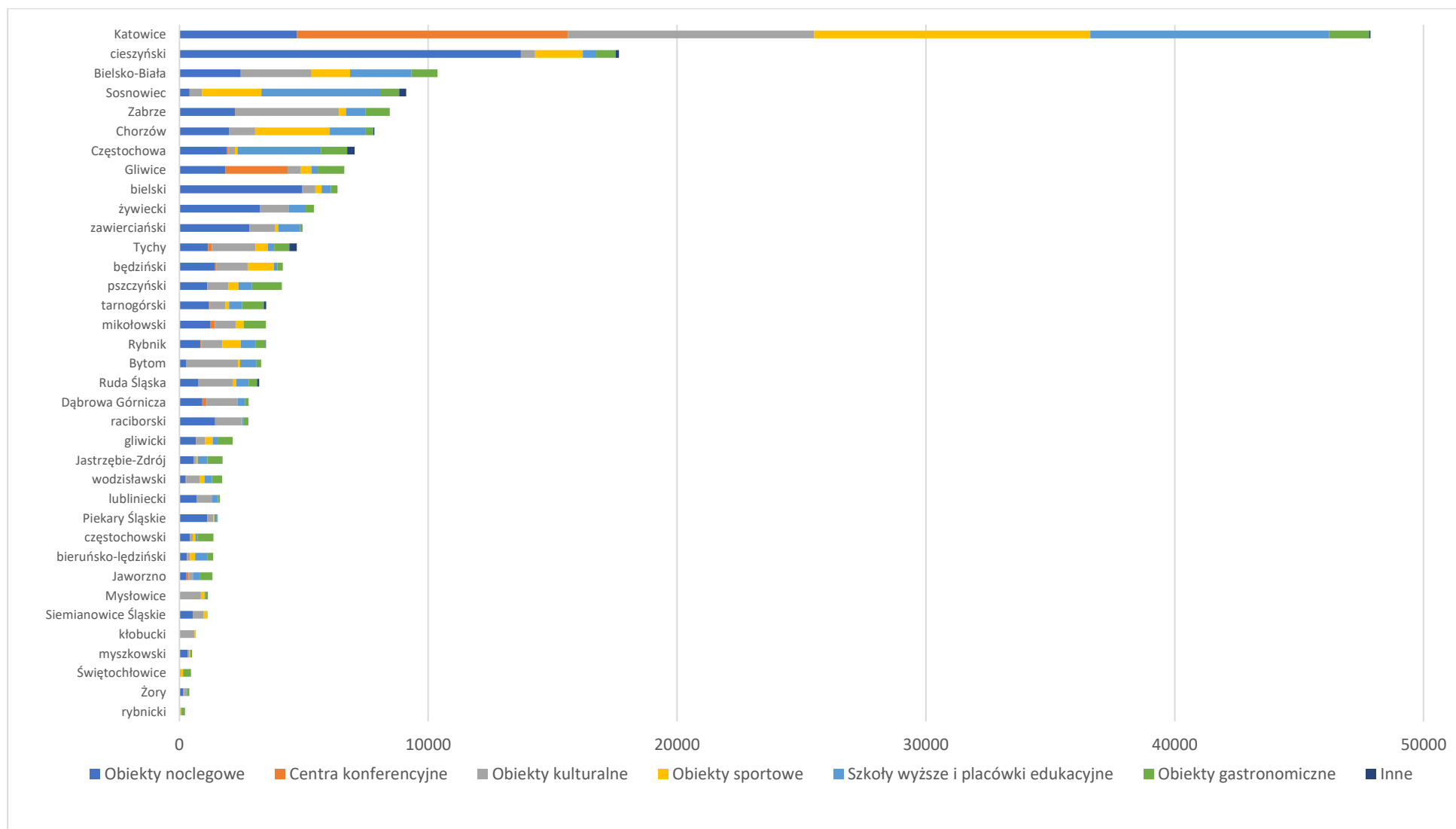
Źródło: opracowanie własne



Rysunek 8. Struktura miejsc siedzących w salach/pomieszczeniach konferencyjnych według kategorii obiektu wydarzeń

Źródło: opracowanie własne

Analizując strukturę potencjału wyrażonego liczbą miejsc siedzących, zwraca uwagę fakt, że powiat cieszyński dysponuje większą liczbą miejsc konferencyjnych w obiektach noclegowych niż jakikolwiek inny powiat w województwie. W tej kategorii obiektów wydarzeń zlokalizowane było 77% miejsc konferencyjnych w powiecie. Obiekty noclegowe mają również kluczowy wpływ na tę bazę w powiatach bielskim (77%), żywieckim (60%) i zawierciańskim (57%). Natomiast w przypadku powiatu m. Katowice było to 9,9%, przy zdecydowanie większym udziale miejsc w centrach konferencyjnych, obiektach kulturalnych czy edukacyjnych. W tym aspekcie wyróżnia się także m. Sosnowiec, w którym 52% stanowiły miejsca w obiektach szkół wyższych i placówek edukacyjnych.



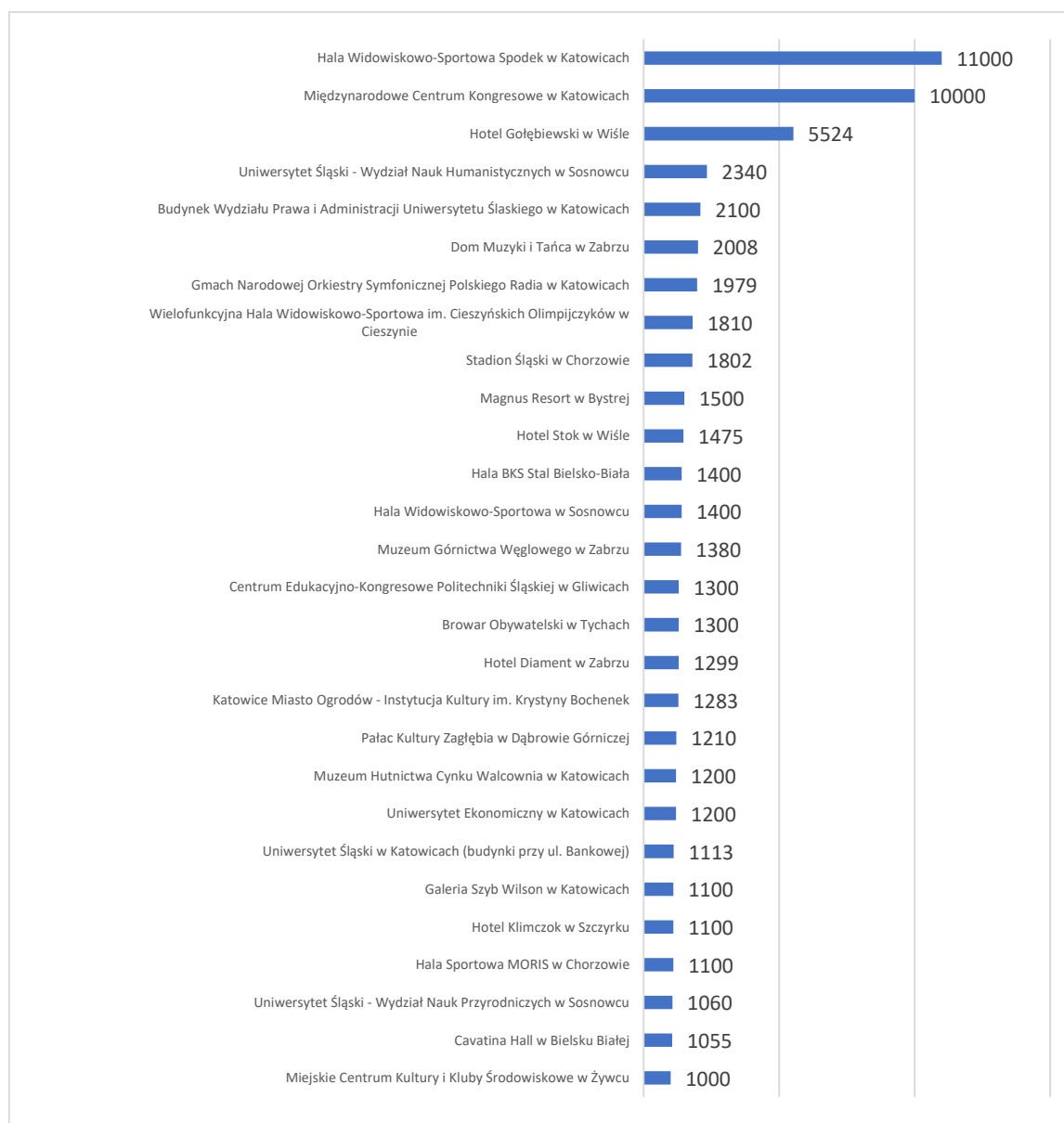
Rysunek 9. Rozmieszczenie obiektów wydarzeń w woj. śląskim z uwzględnieniem ich materialnego potencjału do obsługi wydarzeń w zakresie liczby miejsc siedzących, według kategorii obiektów i powiatów

Źródło: opracowanie własne

Zauważyć można, że 28 obiektów wydarzeń biznesowych (z 967 zbadanych) dysponowało liczbą miejsc równą lub większą od 1 000 (rys. 10). Łącznie te 28 obiektów dysponowało liczbą 62 038 miejsc siedzących, co stanowiło 33,6% ogółu miejsc w województwie. W tej grupie zdecydowanie wyróżniają się pierwsze trzy obiekty, w których liczba dostępnych miejsc przekraczała 5 000 (Hala Widowiskowo-Sportowa Spodek – 11 000, Międzynarodowe Centrum Kongresowe w Katowicach – 10 000, Hotel Gołębiewski w Wiśle – 5 524).

Można wskazać kilka cech charakterystycznych w przypadku tych obiektów:

- znajdują się one tylko w centralnym (20) i południowym (8) subregionie województwa śląskiego,
- znajdują się tu obiekty reprezentujące wszystkie kategorie poza obiektami gastronomicznymi, a dominującą grupę pod względem ilości obiektów stanowią obiekty kultury (10),
- największą łączną liczbą miejsc dysponują obiekty sportowe (18 512), co wynika głównie z pojemności Hali Widowiskowo-Sportowej Spodek oraz PreZero Arena Gliwice,
- Niektóre podmioty podawały liczbę miejsc zlokalizowaną w kilku obiektach na terenie miasta, np. Muzeum Górnictwa Węglowego w Zabrzu czy Miejskie Centrum Kultury i Kluby Środowiskowe w Żywcu,
- Część obiektów wpisuje się w definicję tzw. *unique venues* - zaliczyć do nich można m.in. postindustrialne przestrzenie Muzeum Górnictwa Węglowego w Zabrzu (w tym podziemne sale kopalni Guido), Browaru Obywatelskiego w Tychach, Muzeum Hutnictwa Cynku Walcownia w Katowicach, Galerii Szyb Wilson w Katowicach jak również unikalne architektonicznie gmachy Narodowej Orkiestry Symfonicznej Polskiego Radia w Katowicach czy Cavatina Hall w Bielsku-Białej.



Rysunek 10. Obiekty wydarzeń dysponujące łączną liczbą miejsc siedzących w salach i pomieszczeniach wykorzystywanych na potrzeby organizacji wydarzeń biznesowych wynoszącą minimum 1 000 miejsc

Źródło: opracowanie własne

Zestawienie obiektów dysponujących największą liczbą miejsc konferencyjnych w poszczególnych kategoriach obiektów i subregionach zawierają załączniki 8 i 9.

W przypadku obiektów dysponujących liczbą miejsc mniejszą niż 1 000 (tab. 6.), zwraca uwagę fakt, że najwięcej obiektów w poszczególnych przedziałach jest w Katowicach (miasto lider w grupie 500-999 miejsc, 250-499 miejsc, 50-99 miejsc oraz poniżej 50 miejsc) i powiecie cieszyńskim (lider w grupie obiektów dysponujących liczbą 100-249 miejsc). Te powiaty dysponują też największymi liczbami obiektów na wydarzenia biznesowe. Specyficznym przypadkiem jest m. Częstochowa, które dysponuje czwartą w województwie bazą pod względem liczby obiektów wydarzeń biznesowych, cechuje je

jednak mniejsza pojemność. W tym mieście znajdują się tylko dwa obiekty dysponujące liczbą miejsc siedzących w przedziale 500-999. W załączniku 10. zaprezentowano liczbę obiektów dysponujących liczbą miejsc konferencyjnych w poszczególnych przedziałach, w podziale na kategorie obiektów.

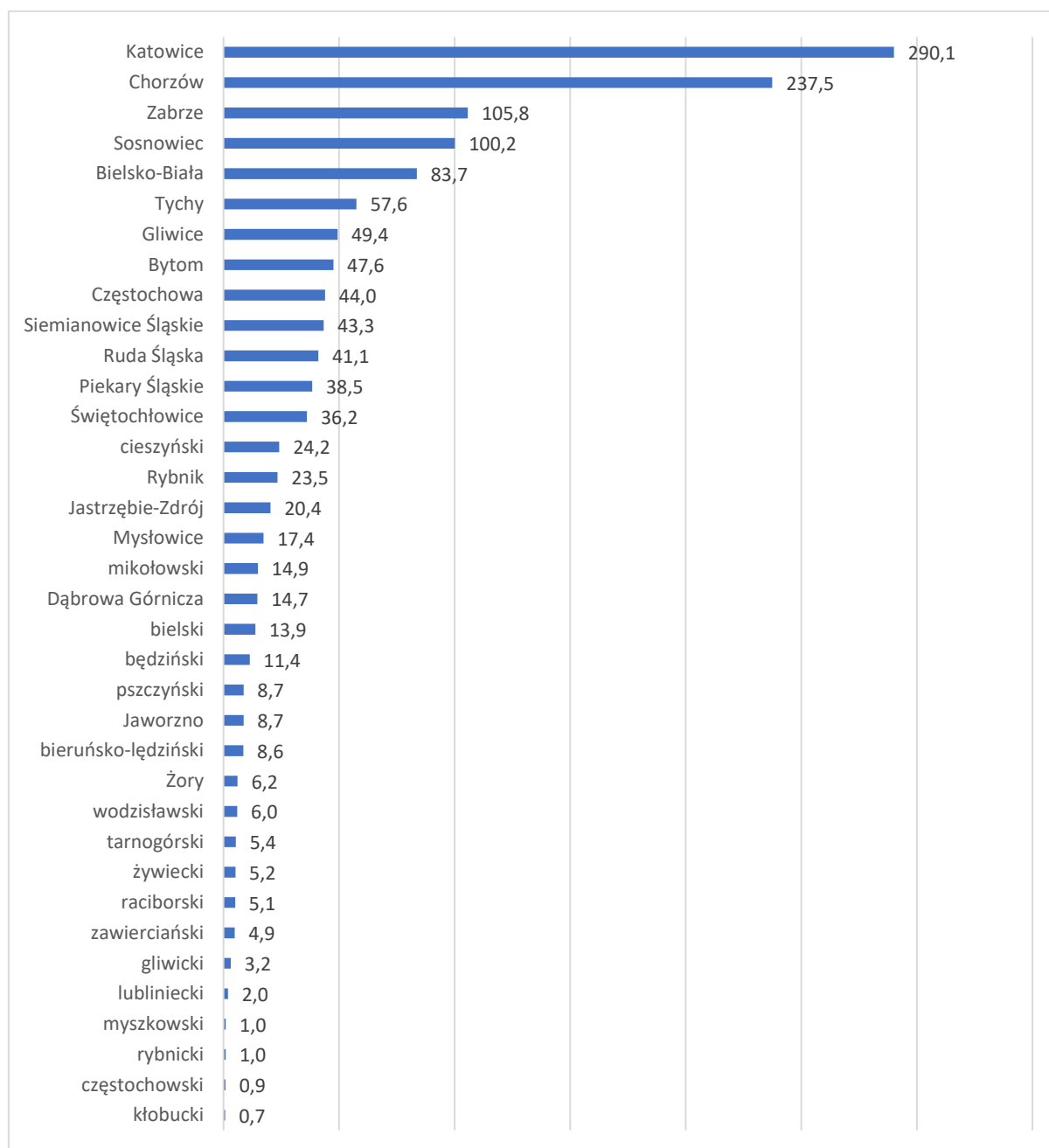
Tabela 6. Liczba obiektów dysponująca materialnym potencjałem do obsługi wydarzeń w określonym przedziale miejsc siedzących w podziale na powiaty

Nazwa powiatu	Liczba obiektów dysponujących miejscami siedzącymi w przedziałach						Suma obiektów
	1000+	500-999	250-499	100-249	50-99	poniżej 50	
będziński	0	1	5	10	5	8	29
bielski	2	1	5	6	6	7	27
Bielsko-Biała	2	2	7	17	14	19	61
bieruńsko-lędziański	0	0	2	2	2	0	6
Bytom	0	2	1	5	7	12	27
Chorzów	2	4	3	5	5	6	25
cieszyński	3	1	7	24	21	24	80
Częstochowa	0	2	9	12	12	22	57
częstochowski	0	0	2	2	2	10	16
Dąbrowa Górnicza	1	0	1	5	8	3	18
Gliwice	1	1	5	8	10	26	51
gliwicki	0	0	3	7	3	6	19
Jastrzębie-Zdrój	0	0	2	5	4	3	14
Jaworzno	0	0	0	6	5	7	18
Katowice	9	9	13	18	27	50	126
kłobucki	0	1	0	1	1	0	3
lubliniecki	0	0	2	4	3	5	14
mikołowski	0	0	4	12	5	5	26
Mysłowice	0	1	1	1	1	6	10
myszkowski	0	0	0	1	5	3	9
Piekary Śląskie	0	1	2	2	1	2	8
pszczyński	0	1	6	9	3	3	22
raciborski	0	1	3	5	6	7	22
Ruda Śląska	0	3	2	4	3	3	15
rybnicki	0	0	0	0	2	3	5
Rybnik	0	2	1	9	2	9	23
Siemianowice Śl.	0	1	0	4	1	2	8
Sosnowiec	3	2	5	7	6	14	37
Świętochłowice	0	0	0	2	2	2	6
tarnogórski	0	0	4	9	10	9	32
Tychy	1	1	4	7	6	11	30
wodzisławski	0	0	1	5	5	7	18
Zabrze	3	2	5	6	0	8	24
zawierciański	0	4	1	9	4	8	26
Żory	0	0	0	1	3	4	8
żywiecki	1	0	5	10	8	17	41
RAZEM	28	43	111	240	208	331	961¹³¹

Źródło: opracowanie własne

¹³¹ Łączna liczba obiektów w poszczególnych kategoriach nie sumuje się do 967 ponieważ w przypadku 6 obiektów brak było informacji o liczbie miejsc jaką dysponują.

Analizując gęstość materialnego potencjału do obsługi wydarzeń wyrażonego liczbą dostępnych do równoczesnego udostępnienia miejsc siedzących przypadających na 1 km² powierzchni powiatu, największa koncentracja występuje w subregionie centralnym w m. Katowice (290 miejsc/km²) oraz m. Chorzów (238 miejsc/km²), m. Zabrze (106 miejsc/km²) oraz m. Sosnowiec (100 miejsc/km²) (rys 11. i rys 12.). Na 5. miejscu było znajdujący się w subregionie południowym m. Bielsko-Biała (84 miejsca/km²), a na 9. znajdujące się w subregionie północnym m. Częstochowa (44 miejsca/km²). Dysponujący drugą największą bezwzględną liczbą miejsc siedzących na spotkania biznesowe powiat cieszyński, pod względem zagęszczenia bazy był na miejscu 14. z wynikiem 24 miejsca/km². Należy jednak zwrócić uwagę na fakt, że jest to relatywnie duży powiat (730 km²) leżący na terenie Beskidu Śląskiego. Z ogólnej liczby 17 666 miejsc na terenie powiatu, 10 381 znajduje się na terenie miasta Wisła o powierzchni 110 km². Gęstość materialnego potencjału do obsługi wydarzeń wynosi w tym przypadku 94,4 miejsca/km² co stanowiłoby 5. wynik w województwie.



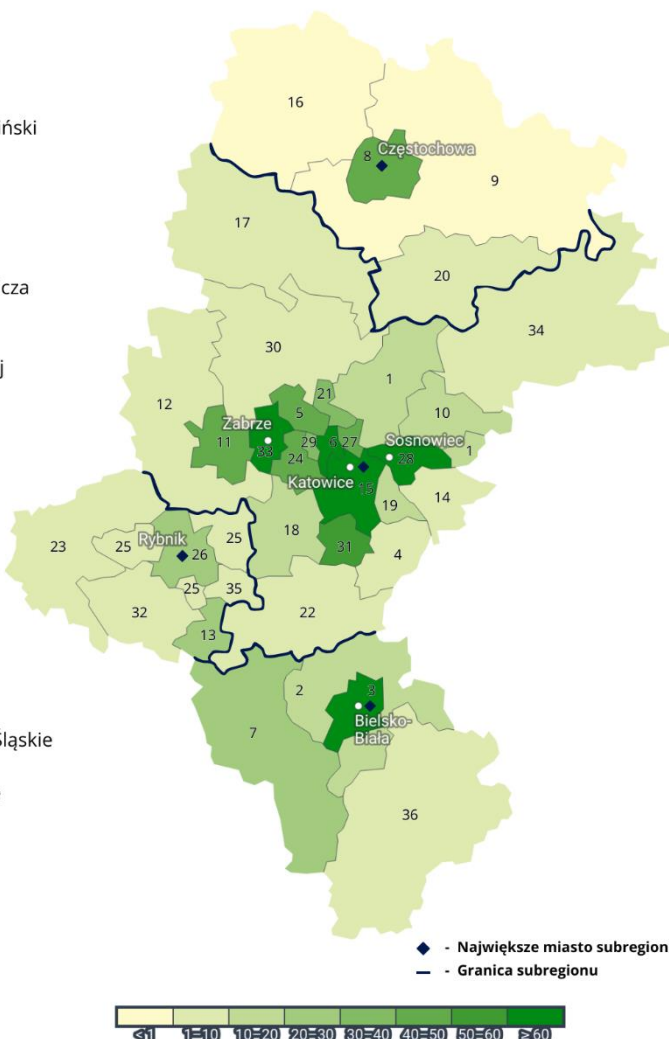
Rysunek 11. Gęstość materialnego potencjału do obsługi wydarzeń wyrażonego liczbą miejsc siedzących w obiektach dysponujących salami na spotkania biznesowe przypadających na 1 km² powierzchni powiatu.

Źródło: opracowanie własne

Z przedstawionej na rys. 12 mapy wynika, że największa koncentracja materialnego potencjału do obsługi wydarzeń występuje w subregionie centralnym, w szczególności Katowicach, Chorzowie, Sosnowcu i Zabrze, subregionie południowym – Bielsku-Białej, powiecie cieszyńskim oraz położonej na północy Częstochowie. Zwraca przy tym uwagę generalnie niski potencjał w tym zakresie północnej części województwa – powiatów kłobuckiego i częstochowskiego.

POWIAT

1. będziański
2. bielski
3. Bielsko-Biała
4. bieruńsko-lędziński
5. Bytom
6. Chorzów
7. cieszyński
8. Częstochowa
9. częstochowski
10. Dąbrowa Górnicza
11. Gliwice
12. gliwicki
13. Jastrzębie-Zdrój
14. Jaworzno
15. Katowice
16. kłobucki
17. lubliniecki
18. mikołowski
19. Mysłowice
20. myszkowski
21. Piekary Śląskie
22. pszczyński
23. raciborski
24. Ruda Śląska
25. rybnicki
26. Rybnik
27. Siemianowice Śląskie
28. Sosnowiec
29. Świętochłowice
30. tarnogórski
31. Tychy
32. wodzisławski
33. Zabrze
34. zawierciański
35. Żory
36. żywiecki



Narzędzie: Datawrapper

Rysunek 12. Gęstość materialnego potencjału obsługi wydarzeń wyrażona liczbą dostępnych miejsc siedzących w obiektach wydarzeń biznesowych przypadających na 1 km² powierzchni powiatu.

Źródło: opracowanie własne

Liczbę zidentyfikowanych w obiektach miejsc siedzących dostępnych na potrzeby wydarzeń biznesowych odniesiono do liczby miejsc oraz pokoi w bazie noclegowej (hotelach, motelach, pensjonatach) zidentyfikowanej w zasobach danych GUS. Jako punkt odniesienia przyjęto liczbę miejsc/pokoi w bazie GUS, a nie tę zadeklarowaną przez przebadane obiekty, ze względu na możliwość pełnienia funkcji zaplecza noclegowego dla uczestników wydarzeń biznesowych, również przez obiekty nieposiadające sal/pomieszczeń konferencyjnych. Wykazana w tabeli 7 wartość dla poszczególnych powiatów wskazuje więc, jaki procent uczestników wydarzeń biznesowych w danym powiecie

(zakładając maksymalne wykorzystanie posiadanej bazy w zakresie miejsc siedzących) może skorzystać z zakwaterowania na jego terenie. Najkorzystniej pod tym względem wypada powiat myszkowski, w którym w takiej sytuacji nocleg można zapewnić dla 82% uczestników, a zakładając wykorzystanie jednego pokoju przez jednego uczestnika (rozwiązanie preferowane przez uczestników wydarzeń biznesowych), dla 38% uczestników (rys. 13). Na kolejnych miejscach znalazły się m. Żory (59% i 30%) oraz powiat rybnicki (53% i 27%). W przypadku dysponujących największym potencjałem materialnym do organizacji wydarzeń – m. Katowice i powiatu cieszyńskiego lepiej pod tym względem wypada powiat cieszyński, w którym można zapewnić nocleg 34% uczestników, przy wykorzystaniu wszystkich miejsc noclegowych oraz 16% w przypadku wykorzystania jednego pokoju przez jednego uczestnika. W powiecie m. Katowice wartości te wyniosły odpowiednio 10% i 5%. To świadczy o potencjale poszczególnych powiatów do organizacji różnych rodzajów wydarzeń biznesowych. W przypadku powiatów dysponujących bazą noclegową relatywnie dużą w stosunku do liczby miejsc w obiektach konferencyjnych, można rozwijać ofertę wydarzeń biznesowych o dłuższym czasie trwania.

Tabela 7. Stosunek liczby miejsc/pokoi w hotelach, motelach, pensjonatach (według stanu na 31.06.2023) do liczby miejsc siedzących w salach/pomieszczeniach konferencyjnych w danym powiecie

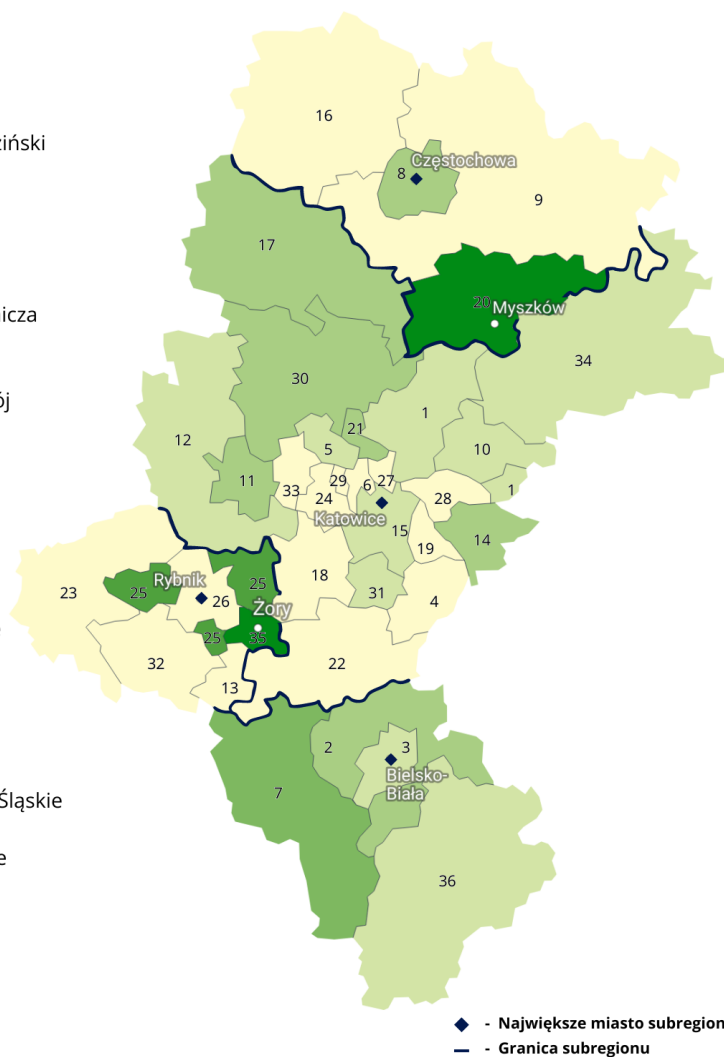
Powiat	Liczba miejsc noclegowych w pokojach w stosunku do miejsc konferencyjnych w powiecie	Liczba pokoi w obiektach noclegowych w stosunku do liczby miejsc konferencyjnych w powiecie
będziński	16,3%	8,3%
bielski	22,3%	10,3%
Bielsko-Biała	13,6%	7,0%
bieruńsko-lędzki	7,7%	3,6%
Bytom	12,8%	6,3%
Chorzów	7,8%	4,5%
cieszyński	34,0%	16,1%
Częstochowa	23,0%	12,0%
częstochowski	8,6%	3,7%
Dąbrowa Górnicza	17,5%	8,7%
Gliwice	21,4%	11,6%
gliwicki	12,8%	5,6%
Jastrzębie-Zdrój	3,7%	1,9%
Jaworzno	26,4%	13,3%
Katowice	9,5%	5,1%
kłobucki	0,0%	0,0%
lubliniecki	21,1%	10,4%
mikołowski	5,2%	2,8%
Mysłowice	0,0%	0,0%
myszkowski	82,3%	38,2%

Piekary Śląskie	20,9%	10,8%
pszczyński	8,1%	4,2%
raciborski	8,9%	4,6%
Ruda Śląska	2,1%	1,0%
rybnicki	52,6%	26,5%
Rybnik	7,7%	4,0%
Siemianowice Śl.	10,3%	3,9%
Sosnowiec	5,1%	2,6%
Świętochłowice	0,0%	0,0%
tarnogórski	21,0%	10,6%
Tychy	17,0%	9,0%
wodzisławski	5,6%	2,7%
Zabrze	6,5%	3,5%
zawierciański	18,2%	8,9%
Żory	58,8%	30,3%
żywiecki	15,4%	7,0%

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań empirycznych oraz BDL GUS

POWIAT

1. będziniński
2. bielski
3. Bielsko-Biała
4. bieruńsko-lędziński
5. Bytom
6. Chorzów
7. cieszyński
8. Częstochowa
9. częstochowski
10. Dąbrowa Górnicza
11. Gliwice
12. gliwicki
13. Jastrzębie-Zdrój
14. Jaworzno
15. Katowice
16. kłobucki
17. lubliniecki
18. mikołowski
19. Mysłowice
20. myszkowski
21. Piekary Śląskie
22. pszczyński
23. raciborski
24. Ruda Śląska
25. rybnicki
26. Rybnik
27. Siemianowice Śląskie
28. Sosnowiec
29. Świętochłowice
30. tarnogórski
31. Tychy
32. wodzisławski
33. Zabrze
34. zawierciański
35. Żory
36. żywiecki



Narzędzie: Datawrapper

Rysunek 13. Stosunek liczby pokoi w hotelach, motelach, pensjonatach (według stanu na 31.06.2023) do liczby miejsc siedzących w salach/pomieszczeniach konferencyjnych w danym powiecie

Źródło: opracowanie własne

Spośród przebadanych obiektów, 196 dysponuje przestrzenią do organizacji wydarzeń plenerowych, w tym *teambuildingu*, co stanowi 20% ogółu. Największą ich liczbę znaleźć można w subregionie południowym, w szczególności w powiatach cieszyńskim, żywieckim i bielskim, w których znajdziemy odpowiednio 31, 17 i 16 takich obiektów (tab. 8). Natomiast 11 obiektów dysponujących taką

przestrzenią znajduje się w powiecie zawierciańskim. W tych czterech powiatach znajduje się więc prawie 40% obiektów dysponujących przestrzenią do organizacji wydarzeń plenerowych, spośród tych, które przebadano w całym województwie. Odnosząc liczbę obiektów posiadających przestrzeń do organizacji wydarzeń plenerowych do ogólnej liczby obiektów dysponujących pomieszczeniami do organizacji wydarzeń biznesowych (rys. 14), oprócz wspomnianych powiatów relatywnie duże ich natężenie występuje poza największymi miastami, w takich powiatach jak bieruńsko-lędziński (50%), m. Piekary-Śląskie (38%), lubliniecki (36%), czy mikołowski (35%). Charakterystyczne, że obiekty w powiatach dysponujących dużą liczbą miejsc siedzących na spotkania konferencyjne dysponują takimi przestrzeniami relatywnie rzadziej. Są to przede wszystkim Sosnowiec (3%), Katowice (5%), Bielsko-Biała (7%) czy Częstochowa (11%). Nieco lepiej pod tym względem wypada Zabrze (21%).

Tabela 8. Charakterystyka powiatów pod względem obiektów dysponujących przestrzenią do organizacji imprez plenerowych

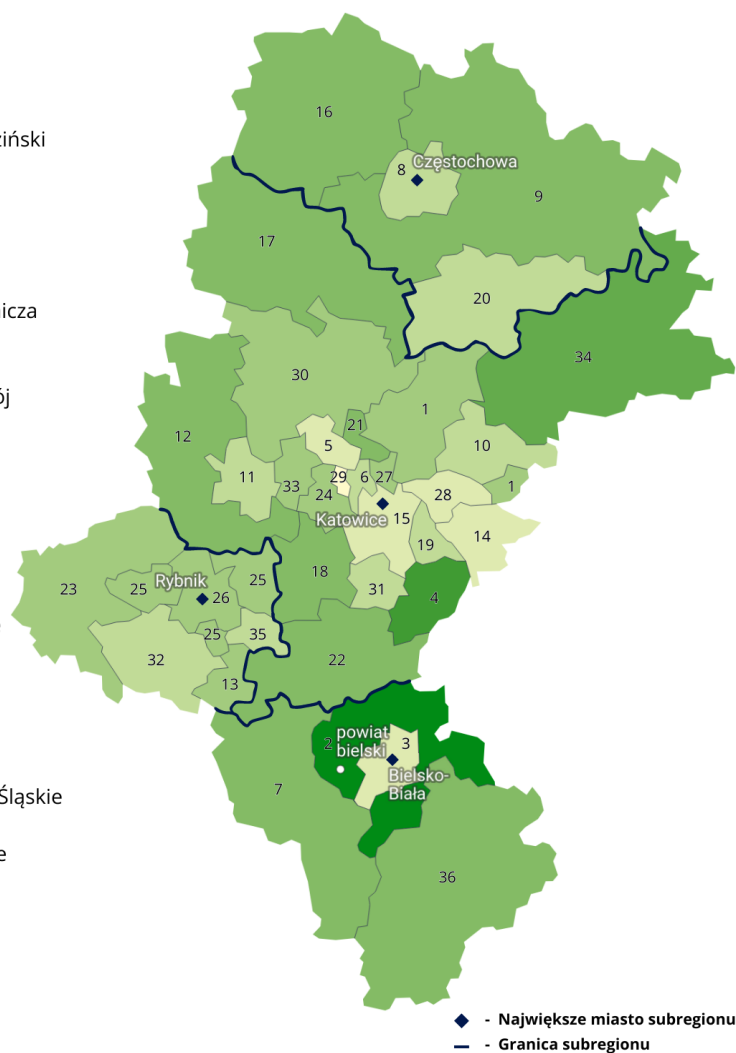
	Liczba obiektów dysponujących przestrzenią do organizacji wydarzeń plenerowych	Odsetek obiektów dysponujących powierzchnią do organizacji wydarzeń plenerowych w stosunku do ogółu obiektów wydarzeń biznesowych w powiecie
będziński	7	24%
bielski	17	63%
Bielsko-Biała	4	7%
bieruńsko-lędziński	3	50%
Bytom	1	4%
Chorzów	4	16%
cieszyński	31	39%
Częstochowa	6	11%
częstochowski	6	38%
Dąbrowa Górnicza	3	17%
Gliwice	6	12%
gliwicki	6	32%
Jastrzębie-Zdrój	3	21%
Jaworzno	1	6%
Katowice	6	5%
kłobucki	1	33%
lubliniecki	5	36%
mikołowski	9	35%
Mysłowice	1	10%
myszkowski	1	11%
Piekary Śląskie	3	38%
pszczyński	7	32%
raciborski	6	27%

Ruda Śląska	3	20%
rybnicki	1	20%
Rybnik	5	22%
Siemianowice	2	25%
Sosnowiec	1	3%
Świętochłowice	0	0%
tarnogórski	8	25%
Tychy	4	13%
wodzisławski	2	11%
Zabrze	5	21%
zawierciański	11	42%
Żory	1	13%
żywiecki	16	39%

Źródło: opracowanie własne

POWIAT

1. będziniński
2. bielski
3. Bielsko-Biała
4. bieruńsko-lędzki
5. Bytom
6. Chorzów
7. cieszyński
8. Częstochowa
9. częstochowski
10. Dąbrowa Górnicza
11. Gliwice
12. gliwicki
13. Jastrzębie-Zdrój
14. Jaworzno
15. Katowice
16. kłobucki
17. lubliniecki
18. mikołowski
19. Mysłowice
20. myszkowski
21. Piekary Śląskie
22. pszczyński
23. raciborski
24. Ruda Śląska
25. rybnicki
26. Rybnik
27. Siemianowice Śląskie
28. Sosnowiec
29. Świętochłowice
30. tarnogórski
31. Tychy
32. wodzisławski
33. Zabrze
34. zawierciański
35. Żory
36. żywiecki



Narzędzie: Datawrapper

Rysunek 14. Odsetek obiektów na spotkania biznesowe dysponujących przestrzenią do organizacji wydarzeń plenerowych

Źródło: opracowanie własne

Analizując dostępność komunikacyjną obiektów posiadających miejsca do organizacji spotkań konferencyjnych, potwierdza się jej bardzo dobry poziom. Średnia odległość obiektu od dworca kolejowego obsługującego połączenia InterCity wyniosła 6,3 km, a od stacji kolejowych obsługujących regularne połączenia 4,1 km. Średnia odległość od najbliższego zjazdu z autostrady lub drogi ekspresowej wyniosła 8,5 km, a odległość od Międzynarodowego Portu Lotniczego Katowice-Pyrzowice to 56,7 km.

4.2. Analiza obiektów wydarzeń biznesowych według kategorii obiektu

4.2.1. Obiekty noclegowe jako obiekty wydarzeń biznesowych

Badania rynkowe pozwoliły na zidentyfikowanie **729 sal/pomieszczeń konferencyjnych** możliwych do udostępnienia w jednym czasie, zlokalizowanych w **266 obiektach noclegowych**.

Średnio jeden obiekt noclegowy dysponuje więc niespełna **3 salami/pomieszczeniami** (2,74 sali). Największą liczbą sal/pomieszczeń dysponują hotele zlokalizowane w Wiśle – Hotel Gołębiowski (26 sal), Hotel Stok (12 sal), Hotel Crystal Mountain (11 sal) oraz Katowicach – Park Hotel Diament (9 sal) i Vienna House Easy by Wyndham (8 sal). 101 obiektów (37,97% z wszystkich obiektów noclegowych) dysponuje tylko jedną salą.

Maksymalna (łącznie) liczba miejsc siedzących jaką równocześnie mogą udostępnić obiekty noclegowe w salach konferencyjnych wyniosła **55 991** dla 262 obiektów (4 obiekty nie podały liczby miejsc).

Średnio obiekty te dysponowały liczbą niespełna 214 miejsc (213,7 miejsca).

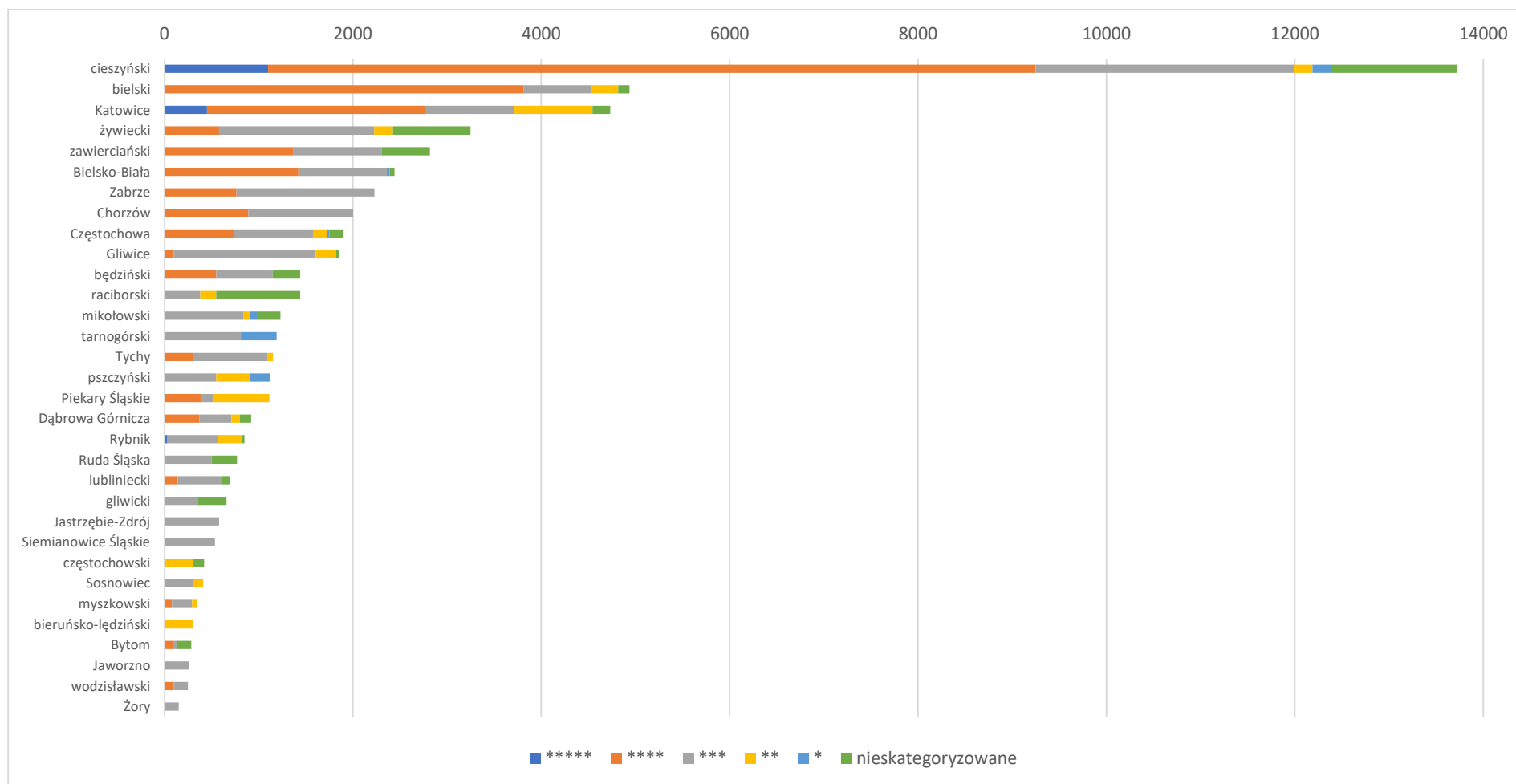
Największą liczbą miejsc dysponuje **Hotel Gołębiowski w Wiśle (może udostępnić równocześnie 5 524 miejsca** - co stanowi 9,87% ze wszystkich w województwie miejsc konferencyjnych w obiektach noclegowych), następnie Hotel Magnus Resort w Bystrej (1 500 miejsc), Hotel Stok w Wiśle (1 475 miejsc), Hotel Diament w Zabrze (1 299 miejsc) oraz Hotel Klimczok w Szczyrku (1 100 miejsc).

Łącznie 5 obiektów noclegowych, w których liczba miejsc siedzących jest większa niż 1 000, dysponuje 10 898 miejscami (co stanowi 19,5% z wszystkich miejsc w obiektach noclegowych). 15 obiektów (5,7% z ogółu obiektów noclegowych) posiada liczbę miejsc w przedziale 500-1000, 51 obiektów noclegowych (19,5%) ma pomiędzy 250 a 499 miejsc. Największą grupę stanowiły obiekty z liczbą miejsc 50-249 (140 obiektów – czyli 53,4% spośród wszystkich), było również 51 obiektów (19,5%) dysponujących liczbą miejsc mniejszą niż 50. Mediana miejsc w tej kategorii wyniosła 120.

Spośród 55 991 miejsc, 1 580 (2,8%) zlokalizowanych jest w obiektach 5 gwiazdkowych, **22 187 (39,6%) znajduje się w obiektach 4 gwiazdkowych**, 21 369 (38,2%) w obiektach 3 gwiazdkowych, 4 222 (7,5%) w obiektach 2 gwiazdkowych, 930 (1,7%) w obiektach 1 gwiazdkowych, a pozostałe 5 703 (10,2%) w obiektach nieskategoryzowanych.

Analizując sytuację w powiatach, **największą liczbą miejsc** siedzących na wydarzenia biznesowe dysponowały **powiaty cieszyński** (łącznie 13 719 miejsc), **bielski** (4 938) oraz **m. Katowice** (4 731 miejsc) (rys.13, tab.8). W przypadku powiatu cieszyńskiego zwraca również uwagę bardzo duża liczba miejsc zlokalizowanych w hotelach 5 i 4 gwiazdkowych (rys. 15, tab. 9), jest to łącznie 9 247 miejsc (67% ogółu miejsc w tym powiecie). Żadnych miejsc w salach/pomieszczeniach konferencyjnych nie

zidentyfikowano natomiast w obiektach noclegowych położonych na terenie powiatów rybnickiego, kłobuckiego oraz miast Mysłowice i Świętochłowice.



Rysunek 15. Liczba miejsc siedzących w salach konferencyjnych obiektów noclegowych w podziale na powiaty i kategorie obiektów

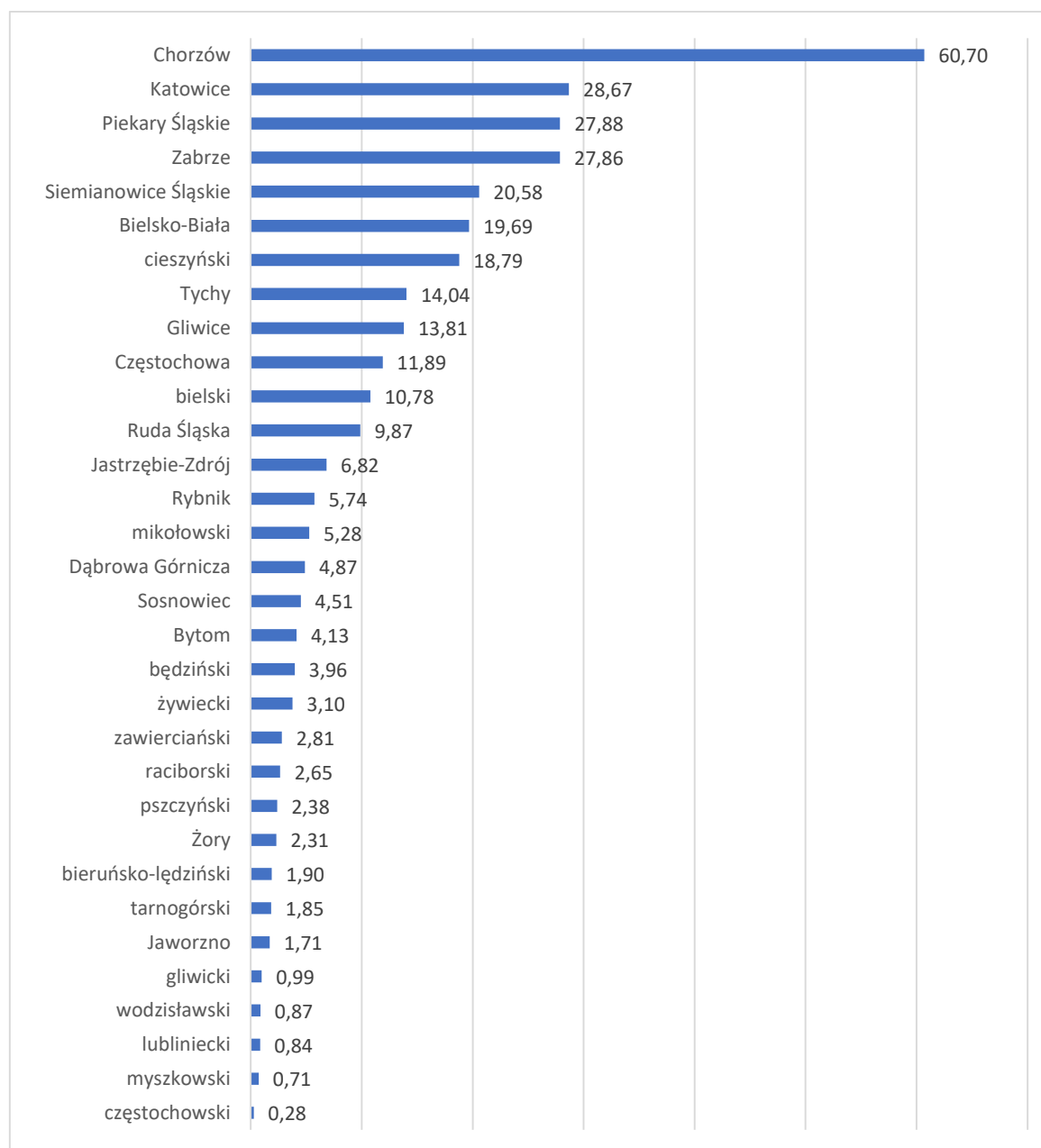
Źródło: opracowanie własne

Tabela 9. Materialny potencjał usługowy obiektów noclegowych dla realizacji wydarzeń biznesowych z uwzględnieniem liczby miejsc konferencyjnych w podziale na kategorie obiektu i liczby miejsc noclegowych w powiecie

	Nazwa powiatu	Liczba miejsc konferencyjnych w poszczególnych kategoriach obiektów noclegowych						L. miejsc konferencyjnych ogółem	L. miejsc noclegowych ogółem
		*****	****	***	**	*	Nieskategoryzowane		
1	będziński		550	600			290	1440	950
2	bielski		3 810	718	290		120	4938	3 749
3	Bielsko-Biała		1 422	939		30	50	2441	2 023
4	bieruńsko-lędziński				300			300	105
5	Bytom		95	40			150	285	690
6	Chorzów		890	1 113				2 003	645
7	cieszyński	1 100	8 147	2 750	190	200	1332	13 719	12 036
8	Częstochowa		740	837	145	30	150	1 902	2 038
9	częstochowski				300		120	420	434
10	Dąbrowa Górń.		370	340	90		120	920	782
11	Gliwice		100	1505	215		30	1 850	2 234
12	gliwicki			358			300	658	499
13	Jastrzębie-Zdrój			580				580	177
14	Jaworzno			260				260	495
15	Katowice	450	2 328	935	832		186	4 731	5 485
16	kłobucki								275
17	lubliniecki		140	472			80	692	1 148
18	mikołowski			840	70	70	250	1 230	180
19	Mysłowice								
20	myszkowski		80	212	50			342	649
21	Piekary Śląskie		400	115	600			1 115	322
22	pszczyński			550	350	220		1 120	525
23	raciborski			380	170		890	1 440	705
24	Ruda Śląska			500			270	770	282
25	rybnicki								226
26	Rybnik	30		540	250		30	850	375
27	Siemianowice Śl.			535				535	182
28	Sosnowiec			300	110			410	576
29	Świętochłowice								115
30	tarnogórski			811		380		1 191	1 045
31	Tychy		300	791	60			1 151	803
32	wodzisławski		100	150				250	326
33	Zabrze		765	1 464				2 229	760
34	zawierciański		1 370	939			510	2 819	2 231
35	Żory			150				150	302
36	żywiecki	0	580	1 645	200		825	3 250	4 559
Razem		1 580	22 187	21 369	4 222	930	5 703	55 991	47 928

Źródło: opracowanie własne, liczba miejsc noclegowych zgodnie z danymi GUS za rok 2023

Biorąc pod uwagę liczbę miejsc siedzących w salach/pomieszczeniach konferencyjnych obiektów noclegowych w przeliczeniu na km² powierzchni, średnia dla całego województwa wyniosła 4,6 miejsca na km². **Największe zagęszczenie** występuje w przypadku powiatów zlokalizowanych w **centralnej części województwa**, na terenie GZM – **Chorzowa (60,7), Katowic (28,7), Piekar Śląskich i Zabrze (po 27,9)** (rys. 16, rys. 17). Najmniejsze zagęszczenie takich miejsc występuje w położonych w subregionie północnym powiatach kłobuckim (brak miejsc) częstochowskim (0,28), myszkowskim (0,71) i lublinieckim (0,84).

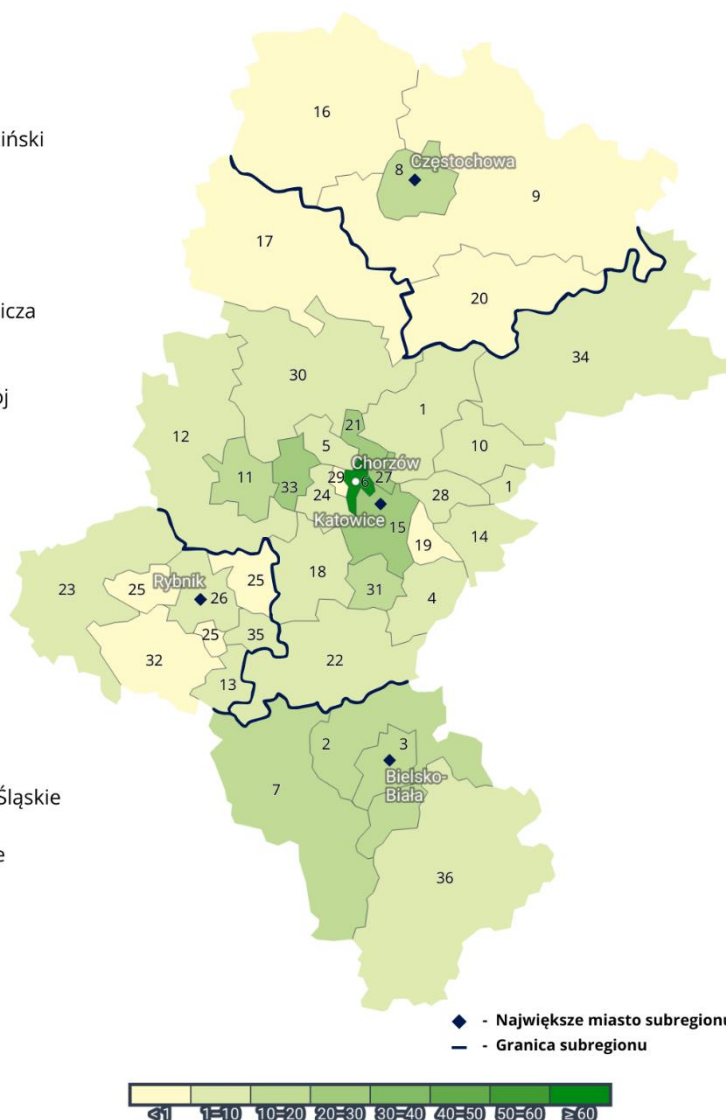


Rysunek 16. Liczba miejsc siedzących w salach konferencyjnych obiektów noclegowych przypadająca na 1 km² powierzchni powiatu

Źródło: opracowanie własne

POWIAT

1. będziniński
2. bielski
3. Bielsko-Biała
4. bieruńsko-lędziński
5. Bytom
6. Chorzów
7. cieszyński
8. Częstochowa
9. częstochowski
10. Dąbrowa Górnicza
11. Gliwice
12. gliwicki
13. Jastrzębie-Zdrój
14. Jaworzno
15. Katowice
16. kłobucki
17. lubliniecki
18. mikołowski
19. Mysłowice
20. myszkowski
21. Piekary Śląskie
22. pszczyński
23. raciborski
24. Ruda Śląska
25. rybnicki
26. Rybnik
27. Siemianowice Śląskie
28. Sosnowiec
29. Świętochłowice
30. tarnogórski
31. Tychy
32. wodzisławski
33. Zabrze
34. zawierciański
35. Żory
36. żywiecki



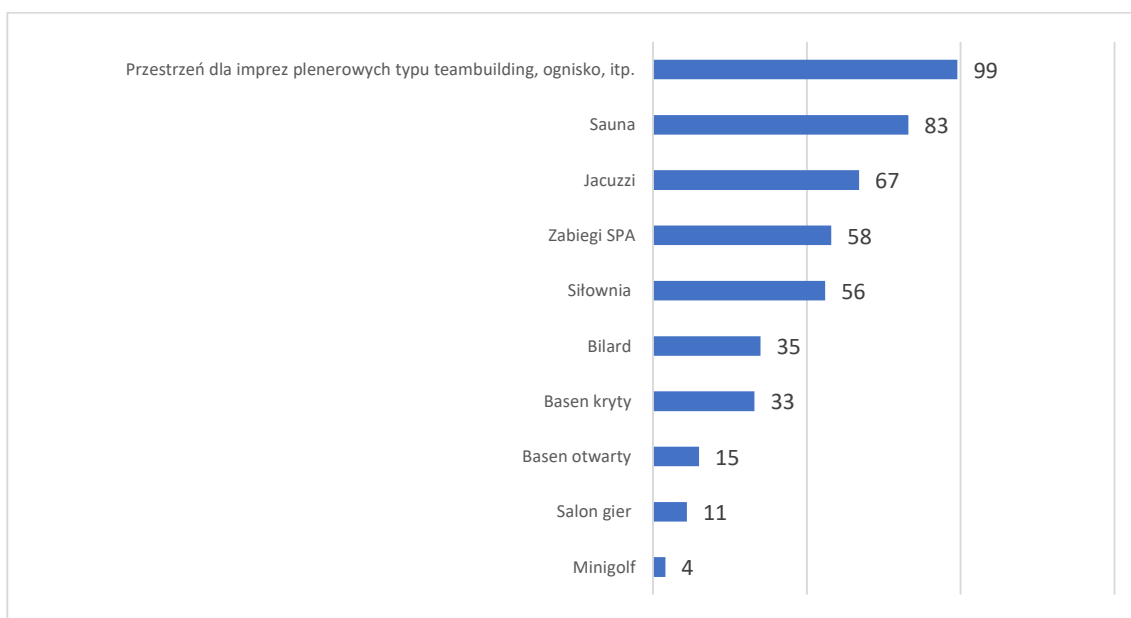
Narzędzie: Datawrapper

Rysunek 17. Gęstość materialnego potencjału obsługi wydarzeń wyrażona liczbą dostępnych miejsc siedzących w salach konferencyjnych obiektów noclegowych przypadających na 1 km² powierzchni powiatu.

Źródło: opracowanie własne

Spośród obiektów noclegowych dysponujących salami/pomieszczeniami konferencyjnymi 203 obiekty (76%), zadeklarowały posiadanie pomieszczeń restauracyjnych.

Obiekty noclegowe oferują zazwyczaj wiele usług dodatkowych w swoich zasobach materialnych. Warto zauważyć, iż różnymi udogodnieniami czasu wolnego dysponowało łącznie 155 spośród badanych obiektów noclegowych. Do najczęściej wskazywanych udogodnień należą „przestrzeń dla organizacji imprez plenerowych typu teambuilding”, ognisko itp. (99 obiektów) oraz sauna (83 obiekty) (rys. 18).



Rysunek 18. Udogodnienia w obiektach noclegowych wg liczby wskazań

Źródło: opracowanie własne

Oprócz sal/pomieszczeń konferencyjnych 72 obiekty noclegowe wskazały na **posiadanie innych przestrzeni** na co dzień wykorzystywanych pod organizację spotkań konferencyjnych i innych wydarzeń biznesowych. Do najczęściej wskazywanych przykładów takich przestrzeni należy zaliczyć **altany/chaty grillowe czy foyer**. Największe tego typu przestrzenie są w stanie pomieścić nawet 400 osób, jak w przypadku Hotelu Crystal Mountain w Wiśle.

Wśród specyficznych/unikatowych cech obiektów ważnych dla organizacji wydarzeń biznesowych najczęściej podkreślano dobrą lokalizację (bliskość centrów miast, atrakcji turystycznych) oraz bliskość przyrody (położenie w lesie, blisko jeziora). Rzadziej były to takie aspekty jak zabytkowy charakter budynku, w którym zlokalizowano obiekt noclegowy, dobra kuchnia, czy kameralny charakter.

Obiekty noclegowe cechuje **bardzo dobra dostępność komunikacyjna**. Średnia odległość od dworca kolejowego z połączeniami InterCity wyniosła w tej grupie 9,1 km, a od najbliższej stacji kolejowej obsługującej regularne połączenia 5,4 km. Średnia odległość od najbliższego węzła autostrady lub drogi ekspresowej wyniosła 9,7 km. Średnia odległość od lotniska Katowice – Pyrzowice (MPL Katowice) wyniosła w tej grupie 64,8 km.

31 spośród obiektów noclegowych zadeklarowało raportowanie wskaźników ESG.

Podsumowanie informacji na temat obiektów noclegowych jako obiektów organizacji wydarzeń biznesowych przedstawia tabela 10.

Tabela 10. Charakterystyka obiektów noclegowych województwa śląskiego jako obiektów wydarzeń biznesowych

Cecha	Wartość	j.m.
Łączna liczba obiektów	266	obiektów
Liczba sal/pomieszczeń na spotkania biznesowe	729	pomieszczenia
Średnia liczba sal/pomieszczeń na spotkania biznesowe w obiekcie	2,74	pomieszczenia
Maksymalna (łączna) liczba miejsc siedzących możliwych do jednoczesnego udostępnienia	56 661	l. miejsc
Średnia liczba miejsc siedzących możliwych do jednoczesnego udostępnienia	216	l. miejsc
Powiat z największą liczbą miejsc	Cieszyński (13 719)	l. miejsc
Powiat z największą liczbą miejsc na km ²	m. Chorzów (60,7)	l. miejsc na km ²
Średnia odległość od najbliższej stacji kolejowej	5,4	km
Średnia odległość od najbliższego dworca kolejowego obsługującego połączenia InterCity	9,1	km
Średnia odległość od najbliższego węzła autostrady lub drogi ekspresowej	9,7	km
Średnia odległość od lotniska Katowice-Pyrzowice	64,8	km

Źródło: opracowanie własne

4.2.2. Centra konferencyjne/wystawiennicze

Badania pozwoliły na zidentyfikowanie **110 sal/pomieszczeń konferencyjnych** możliwych do udostępnienia w jednym czasie, zlokalizowanych w **30** obiektach wydarzeń **typu centra konferencyjne/wystawiennicze** (pełna lista przebadanych obiektów wraz z liczbą miejsc siedzących znajduje się w załączniku 11).

Średnio jeden taki obiekt dysponuje niemal 4 **salami/pomieszczeniami** (3,67 sali). Największa liczba centrów konferencyjnych znajduje się w mieście Katowice (14 obiektów – zob. rys. 17, czyli 46,7% z wszystkich w woj. śląskim). W tym mieście jest także najwięcej sal konferencyjnych, w takich obiektach (68 sal, czyli 61,8% z wszystkich w woj. śląskim).

Maksymalna (łączna) liczba miejsc siedzących jaką równocześnie może udostępnić 30 obiektów typu centra konferencyjne w 110 swoich salach konferencyjnych wyniosła **14 300** osób. Oznacza to, że **średnio** obiekty te dysponowały liczbą niemal **477** miejsc (476,7 miejsca). W największym centrum

konferencyjnym pod względem liczby osób¹³² - Międzynarodowym Centrum Kongresowym w Katowicach, którego pojemność łączna wynosi 10 000 osób w miejscach siedzących, znajduje się 50 pomieszczeń/sal konferencyjnych.

Kolejne miejsca na liście obiektów wydarzeń typu centrum konferencyjne/wystawiennicze z uwzględnieniem maksymalnej liczby osób w miejscach siedzących, zajmują w woj. śląskim: Centrum Konferencyjne Politechniki Śląskiej w Gliwicach (maksymalnie łącznie 1 300 osób w 10 salach konferencyjnych), PreZero Arena w Gliwicach (910 osób w 7 salach konferencyjnych).

Zauważyć należy, iż 21 obiektów typu centrum konferencyjne w woj. śląskim (z 30 wszystkich na tym obszarze) dysponuje tylko jedną salą konferencyjną.

3 największe obiekty, w których liczba miejsc siedzących wyniosła 500 i więcej, dysponują łącznie 12 210 miejscami siedzącymi konferencyjnymi (co stanowi 85,4% z wszystkich miejsc w tego typu obiektach wydarzeń w woj. śląskim). 1 obiekt (3,3% z wszystkich 30 obiektów) ma pojemność pomiędzy 250 a 499 miejsc. Największą grupę stanowiły obiekty z liczbą miejsc 50-249 (14 obiektów – czyli 46,67 % spośród wszystkich), ponadto 12 obiektów (40,0%) dysponuje liczbą miejsc mniejszą niż 50 osób w salach konferencyjnych. Mediana miejsc wyniosła 50.

Analizując sytuację w powiatach, **największą liczbą miejsc** siedzących w obiektach wydarzeń typu centra konferencyjne/wystawiennicze dysponują miasta: **Katowice** (łącznie 10 888 miejsc w 14 obiektach) oraz **Gliwice** (2 500 miejsc w 4 obiektach) (tab.11, rys. 19 i 20). W przypadku 23 powiatów w woj. śląskim nie zidentyfikowano obiektu wydarzeń typu centrum konferencyjne/wystawiennicze (patrz. tab. 11).

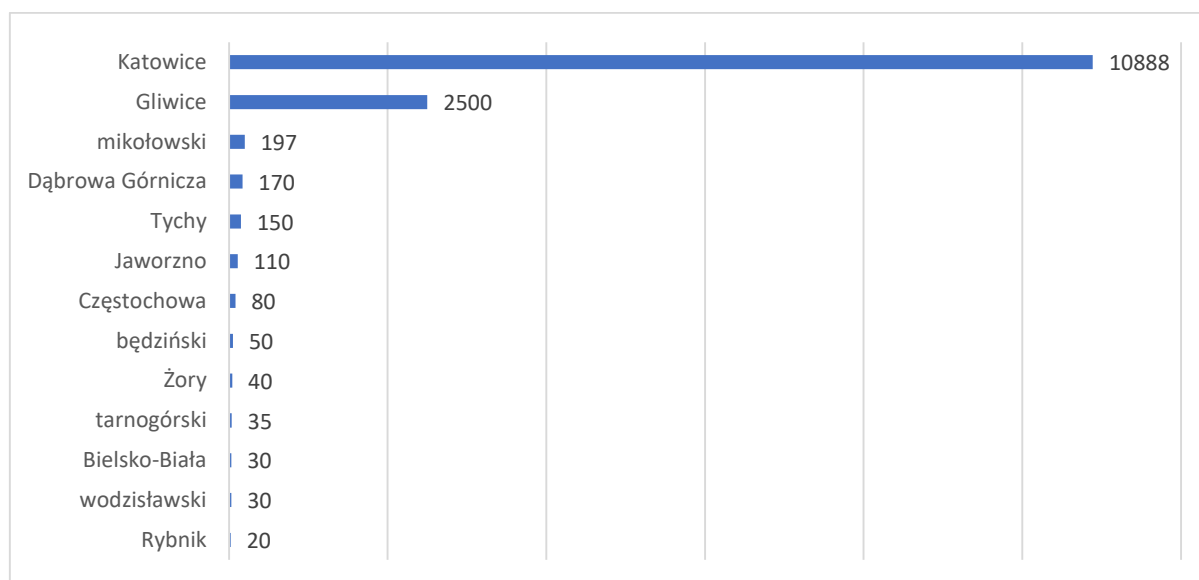
Tabela 11. Rozmieszczenie obiektów wydarzeń typu centrum konferencyjne/wystawiennicze w woj. śląskim z uwzględnieniem ich materialnego potencjału do obsługi wydarzeń według powiatów

l.p.	nazwa powiatu	liczba obiektów	liczba sal konf.	liczba miejsc siedzących	pow. powiatu w km ²	liczba miejsc konf. na km ²
1	będziński	1	1	50	364	0,14
2	bielski	0	0	0	458	0,00
3	Bielsko-Biała	1	1	30	124	0,24
4	bieruńsko-lędziński	0	0	0	158	0,00
5	Bytom	0	0	0	69	0,00
6	Chorzów	0	0	0	33	0,00
7	cieszyński	0	0	0	730	0,00
8	Częstochowa	1	1	80	160	0,50
9	częstochowski	0	0	0	1 522	0,00

¹³² Pod względem maksymalnej (łącznej) liczby miejsc siedzących jaką równocześnie może udostępnić obiekt w salach konferencyjnych

10	Dąbrowa Górnicza	2	2	170	189	0,90
11	Gliwice	4	23	2 500	134	18,66
12	gliwicki	0	0	0	665	0,00
13	Jastrzębie-Zdrój	0	0	0	85	0,00
14	Jaworzno	1	1	110	152	0,72
15	Katowice	14	68	10 888	165	65,99
16	kłobucki	0	0	0	889	0,00
17	lubliniecki	0	0	0	822	0,00
18	mikołowski	1	7	197	233	0,85
19	Mysłowice	0	0	0	66	0,00
20	myszkowski	0	0	0	479	0,00
21	Piekary Śląskie	0	0	0	40	0,00
22	pszczyński	0	0	0	471	0,00
23	raciborski	0	0	0	544	0,00
24	Ruda Śląska	0	0	0	78	0,00
25	rybnicki	0	0	0	224	0,00
26	Rybnik	1	1	20	148	0,14
27	Siemianowice Śląskie	0	0	0	26	0,00
28	Sosnowiec	0	0	0	91	0,00
29	Świętochłowice	0	0	0	13	0,00
30	tarnogórski	1	1	35	644	0,05
31	Tychy	1	2	150	82	1,83
32	wodzisławski	1	1	30	287	0,10
33	Zabrze	0	0	0	80	0,00
34	zawierciański	0	0	0	1 004	0,00
35	Żory	1	1	40	65	0,62
36	żywiecki	0	0	0	1 040	0,00
	Razem	30	110	14 300	12 334	1,16

Źródło: opracowanie własne

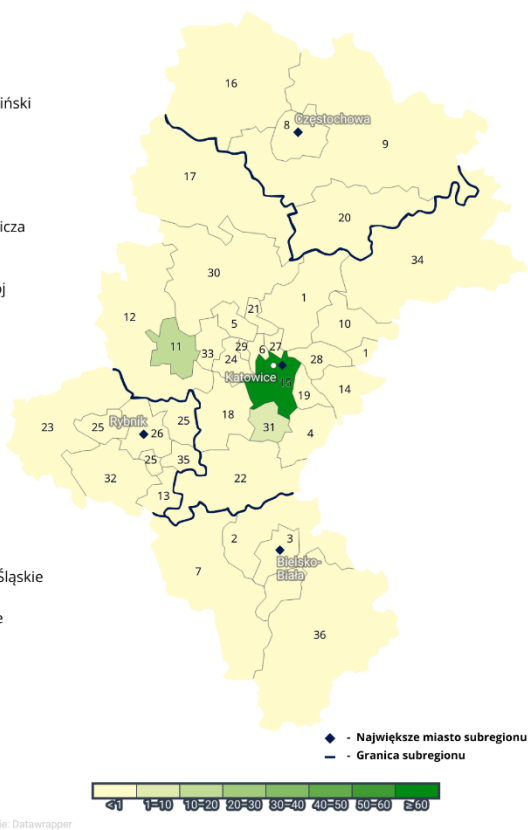


Rysunek 19. Liczba miejsc siedzących w obiektach typu centra konferencyjne/wystawiennicze w salach konferencyjnych według powiatów

Źródło: opracowanie własne

POWIAT

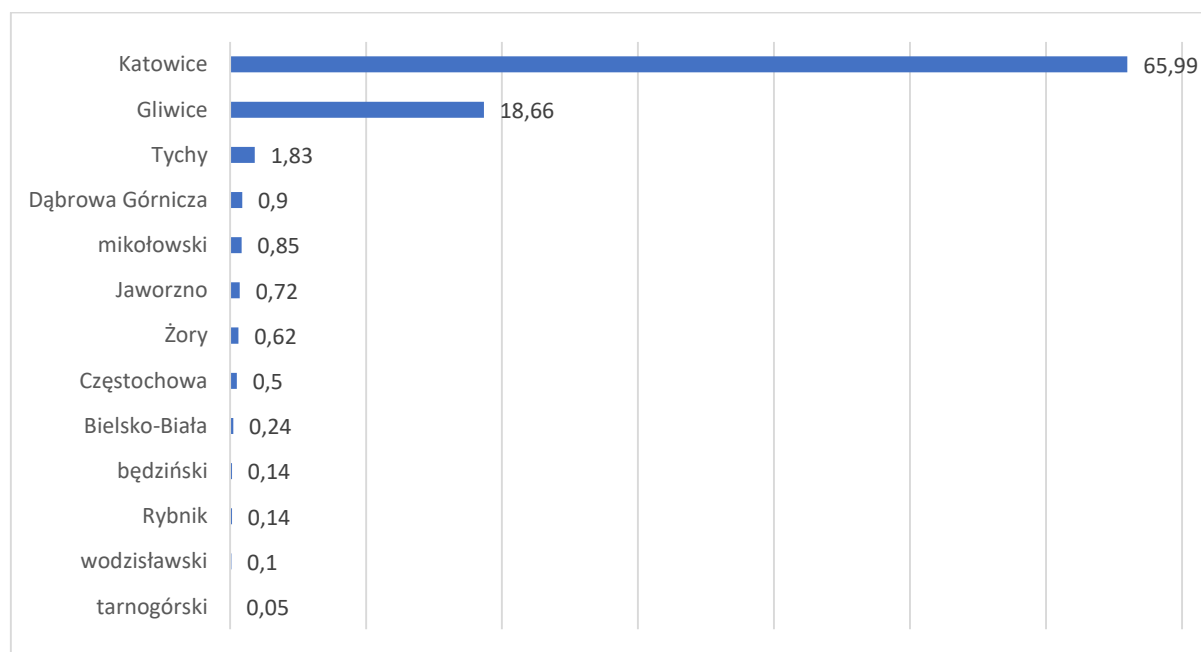
1. będziński
2. bielski
3. Bielsko-Biała
4. bieruńsko-lędziński
5. Bytom
6. Chorzów
7. cieszyński
8. Częstochowa
9. częstochowski
10. Dąbrowa Górnicza
11. Gliwice
12. gliwicki
13. Jastrzębie-Zdrój
14. Jaworzno
15. Katowice
16. kłobucki
17. lubliński
18. mikołowski
19. Mysłowice
20. myszkowski
21. Piekary Śląskie
22. pszczyński
23. raciborski
24. Ruda Śląska
25. rybnicki
26. Rybnik
27. Siemianowice Śląskie
28. Sosnowiec
29. Świętochłowice
30. tarnogórski
31. Tychy
32. wodzisławski
33. Zabrze
34. zawierciański
35. Żory
36. żywiecki



Rysunek 20. Gęstość materialnego potencjału obsługi wydarzeń wyrażona liczbą dostępnych miejsc siedzących w centrach konferencyjnych, wystawienniczych na 1 km² powierzchni powiatu

Źródło: opracowanie własne

Biorąc pod uwagę liczbę miejsc konferencyjnych w obiektach typu centra konferencyjne, wystawiennicze i powierzchnię powiatu w km² zauważyć można, iż średnia liczba siedzących miejsc konferencyjnych na km² powierzchni w województwie śląskim wynosi 1,16. Przy czym w Katowicach wskaźnik ten wynosi aż 65,99, a w Gliwicach 18,66 (tab. 11, rys. 21).



Rysunek 21. Liczba miejsc siedzących w obiektach kategorii centra konferencyjne/wystawiennicze w salach konferencyjnych w podziale na powiaty przypadająca na 1km² powierzchni powiatu

Źródło: opracowanie własne

Biorąc pod uwagę liczbę obiektów, a także liczbę sal oraz liczbę miejsc siedzących w pomieszczeniach konferencyjnych **największe zagęszczenie** występuje w przypadku powiatów zlokalizowanych **w centralnej części województwa**.

7 obiektów wydarzeń typu centrum konferencyjne/wystawiennicze (23,3% ze wszystkich tego typu obiektów w woj. śląskim) zadeklarowało posiadanie pomieszczeń restauracyjnych w swoich zasobach.

Wśród specyficznych/unikatowych cech obiektów ważnych dla organizacji wydarzeń biznesowych podkreślano m.in.: „Obiekt prowadzony przez Przedsiębiorstwo Społeczne - Związek Stowarzyszeń Centrum Aktywności”, „Budynek położony jest w postindustrialnej przestrzeni, na terenie, który będzie miejscem jednego z największych przeobrażeń miasta - nowego centrum”, „... to przełomowe przedsięwzięcie w ponad 100-letniej historii miasta”, „lokalizacja przy strategicznym węźle A4, A1 oraz Drogowej Trasy Średnicowej”, „Atrakcyjny Budynek z 1924 roku pod kuratelą konserwatora zabytków”.

Obiekty konferencyjne/wystawiennicze w woj. śląskim cechuje bardzo **dobra dostępność komunikacyjna**. Średnia odległość od dworca kolejowego z połączeniami InterCity wyniosła w tej grupie obiektów 2,01 km, a od najbliższej stacji kolejowej 1,51 km. Średnia odległość od najbliższego węzła autostrady lub drogi ekspresowej wynosiła 3,56 km. Natomiast średnia odległość od MPL Katowice to 43,09 km.

Spośród 30 obiektów konferencyjnych 2 (co stanowi tylko 6,6%) zadeklarowały raportowanie wskaźników ESG.

Podsumowanie informacji na temat obiektów konferencyjnych/wystawienniczych przedstawia tab. 12.

Tabela 12. Charakterystyka obiektów konferencyjnych/ wystawienniczych w woj. śląskim

Cecha	Wartość	j.m.
Łączna liczba obiektów	30	obektów
Liczba sal/pomieszczeń na spotkania biznesowe	110	pomieszczenia
Średnia liczba sal/pomieszczeń na spotkania biznesowe w obiekcie	3,67	pomieszczenia
Maksymalna (łączna) liczba miejsc siedzących możliwych do jednoczesnego udostępnienia	14 300	l. miejsc
Średnia liczba miejsc siedzących możliwych do jednoczesnego udostępnienia	476,67	l. miejsc
Powiat z największą liczbą miejsc	m. Katowice (10 888)	l. miejsc
Powiat z największą liczbą miejsc na km ²	m. Katowice (65,99)	l. miejsc na km ²
Średnia odległość od najbliższej stacji kolejowej	1,51	km
Średnia odległość od najbliższego dworca kolejowego obsługującego połączenia InterCity	2,01	km
Średnia odległość od najbliższego węzła autostrady lub drogi ekspresowej	3,56	km
Średnia odległość od lotniska Katowice-Pyrzowice	43,09	km

Źródło: opracowanie własne

4.2.3. Obiekty kultury jako obiekty wydarzeń biznesowych

Badania pozwoliły na zidentyfikowanie **331 sal/pomieszczeń konferencyjnych** możliwych do udostępnienia w jednym czasie, zlokalizowanych w **152** obiektach wydarzeń **typu obiekty kultury**.

Średnio jeden taki obiekt dysponuje 2 **salami/pomieszczeniami** (2,18 sali).

Największa liczba obiektów kultury funkcjonujących na rynku wydarzeń biznesowych znajduje się w Katowicach (23 obiekty, czyli 15,1% ze wszystkich w woj. śląskim). W tym mieście jest także najwięcej sal konferencyjnych, w takich obiektach (63 sale, czyli 19,0% ze wszystkich w woj. śląskim).

Maksymalna (łącna) liczba miejsc siedzących jaką równocześnie mogą udostępnić 152 obiekty typu obiekty kultury w 331 swoich salach konferencyjnych wyniosła **38 840** osób.

Oznacza to, że **średnio obiekty te dysponowały liczbą 255 miejsc** (255,53 miejsca).

W największym obiekcie kultury pod względem liczby osób¹³³ - Dom Muzyki i Tańca w Zabrze, którego pojemność łączna wynosi 2 008 osób w miejscach siedzących, znajduje się 1 pomieszczenie/sala w którym można przyjąć uczestników konferencji lub innego wydarzenia biznesowego.

Kolejne miejsca na liście obiektów typu obiekt kultury z uwzględnieniem maksymalnej liczby osób w miejscach siedzących, zajmują w woj. śląskim: siedziba Narodowej Orkiestry Symfonicznej Polskiego Radia w Katowicach (maksymalnie łącznie 1 979 osób w 3 salach konferencyjnych), Muzeum Górnictwa Węglowego w Zabrzu (1 380 osób w 9 salach konferencyjnych), Browar Obywatelski w Tychach (1 300 osób w 6 salach), Pałac Kultury Zagłębia w Dąbrowie Górniczej (1 210 osób w 10 salach).

Zauważyć należy, iż 83 obiekty kultury w woj. śląskim (z 152 wszystkich takich obiektów na tym obszarze) dysponuje tylko jedną salą konferencyjną.

W woj. śląskim znajduje się 10 obiektów kultury (6,6% z ogółu), które mogą pomieścić w miejscach siedzących 1000 i więcej osób. Te obiekty dysponują łącznie 13 515 miejscami siedzącymi konferencyjnymi (co stanowi 34,8% z wszystkich miejsc w tego typu obiektach wydarzeń w woj. śląskim). 12 obiektów (7,9% ze wszystkich 152 obiektów) ma pojemność pomiędzy 500 a 999 osób, a 24 obiekty między 250 a 499 miejsc. Największą grupę stanowiły obiekty z liczbą miejsc 50-249 (81 obiektów – czyli 53,3 % spośród wszystkich), ponadto 24 obiekty (15,8%) dysponuje liczbą miejsc mniejszą niż 50 osób w salach konferencyjnych. Mediana miejsc wyniosła 105 miejsc.

Tabela 13. Rozmieszczenie obiektów wydarzeń typu obiekt kultury w województwie śląskim z uwzględnieniem ich materialnego potencjału do obsługi wydarzeń według powiatów

l.p.	nazwa powiatu	liczba obiektów	liczba sal konf.	liczba miejsc siedzących	pow. powiatu w km ²	liczba miejsc konf. na km ²
1	będziński	8	19	1 250	364	3,43
2	bielski	5	9	525	458	1,15
3	Bielsko-Biała	13	24	2 838	124	22,89
4	bieruńsko-lędziński	2	2	130	158	0,82
5	Bytom	6	15	2 067	69	29,96
6	Chorzów	4	11	1 042	33	31,58

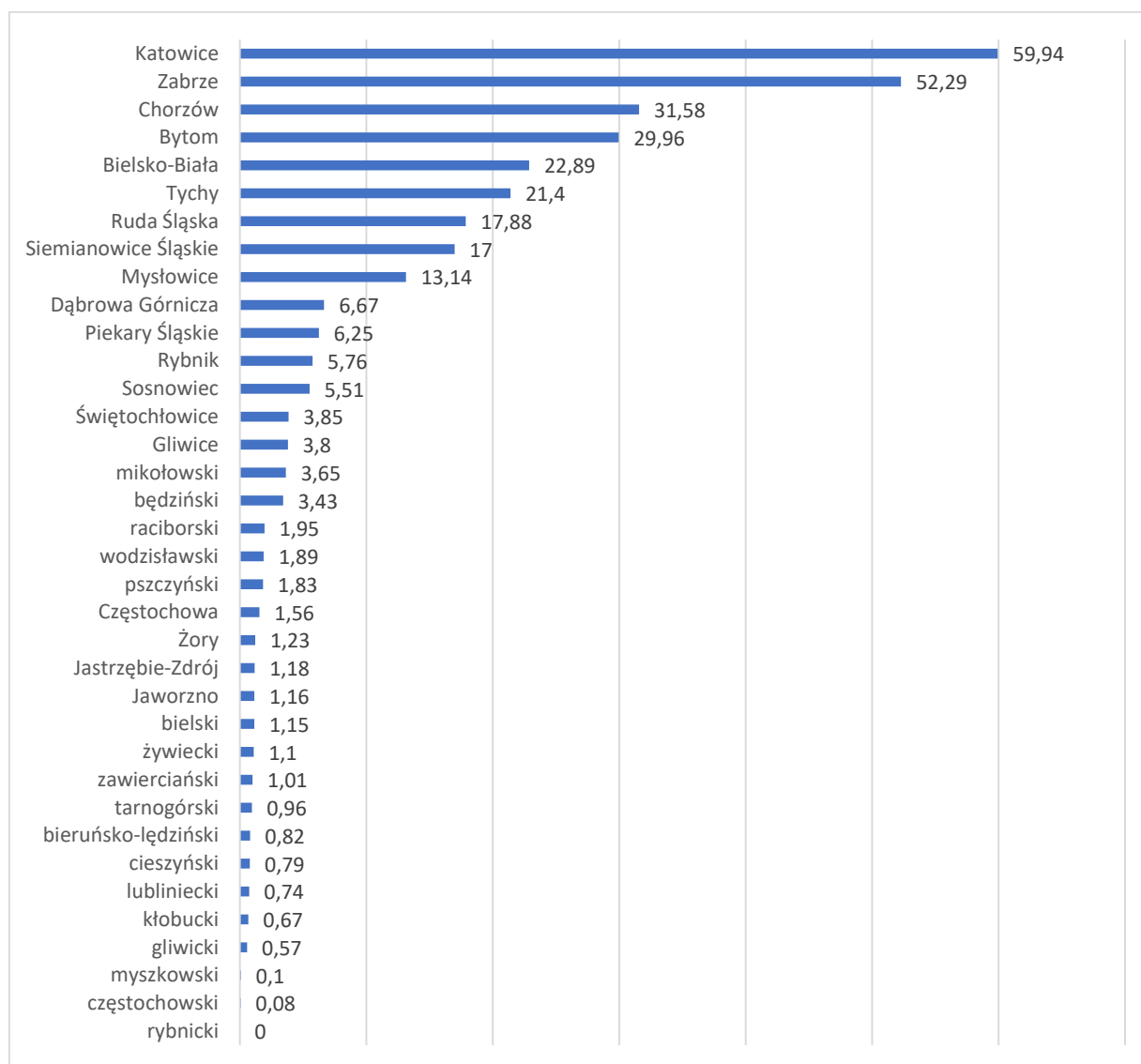
¹³³ Pod względem maksymalnej (łącnej) liczby miejsc siedzących jaką równocześnie może udostępnić obiekt w salach konferencyjnych

7	cieszyński	9	15	579	730	0,79
8	Częstochowa	2	3	250	160	1,56
9	częstochowski	2	2	120	1 522	0,08
10	Dąbrowa Górnicza	2	11	1 260	189	6,67
11	Gliwice	3	4	509	134	3,80
12	gliwicki	2	7	380	665	0,57
13	Jastrzębie-Zdrój	1	1	100	85	1,18
14	Jaworzno	3	3	176	152	1,16
15	Katowice	23	63	9 890	165	59,94
16	kłobucki	2	5	600	889	0,67
17	lubliniecki	3	7	610	822	0,74
18	mikołowski	4	12	850	233	3,65
19	Mysłowice	3	7	867	66	13,14
20	myszkowski	1	1	50	479	0,10
21	Piekary Śląskie	1	1	250	40	6,25
22	pszczyński	2	11	861	471	1,83
23	raciborski	7	11	1 060	544	1,95
24	Ruda Śląska	5	8	1 395	78	17,88
25	rybnicki	0	0	0	224	0,00
26	Rybnik	3	5	852	148	5,76
27	Siemianowice Śląskie	5	5	442	26	17,00
28	Sosnowiec	4	4	501	91	5,51
29	Świętochłowice	1	1	50	13	3,85
30	tarnogórski	3	8	618	644	0,96
31	Tychy	6	11	1 755	82	21,40
32	wodzisławski	2	5	543	287	1,89
33	Zabrze	5	16	4 183	80	52,29
34	zawierciański	5	10	1 017	1 004	1,01
35	Żory	1	1	80	65	1,23
36	żywiecki	4	13	1 140	1 040	1,10
	Razem	152	331	38 840	12 334	3,14

Źródło: opracowanie własne

Analizując sytuację w powiatach, **największą liczbą miejsc** siedzących w obiektach wydarzeń typu obiekt kultury dysponują miasta: **Katowice** (łącznie 9 890 miejsc w 23 obiektach) oraz **Zabrze** (4 183 miejsc w 5 obiektach) (tab.13, rys. 22). W przypadku 1 powiatu w woj. śląskim (pow. rybnicki) nie zidentyfikowano obiektu wydarzeń biznesowych typu obiekt kultury (patrz. tab. 13).

Biorąc pod uwagę liczbę miejsc konferencyjnych w obiektach kultury i powierzchnię powiatu w km² to zauważyć można, iż średnia liczba siedzących miejsc konferencyjnych na km² powierzchni w województwie śląskim wynosi 3,14. Przy czym w Katowicach wskaźnik ten wynosi aż 59,94, a w Zabrzu 52,29 (rys. 22 i 23).

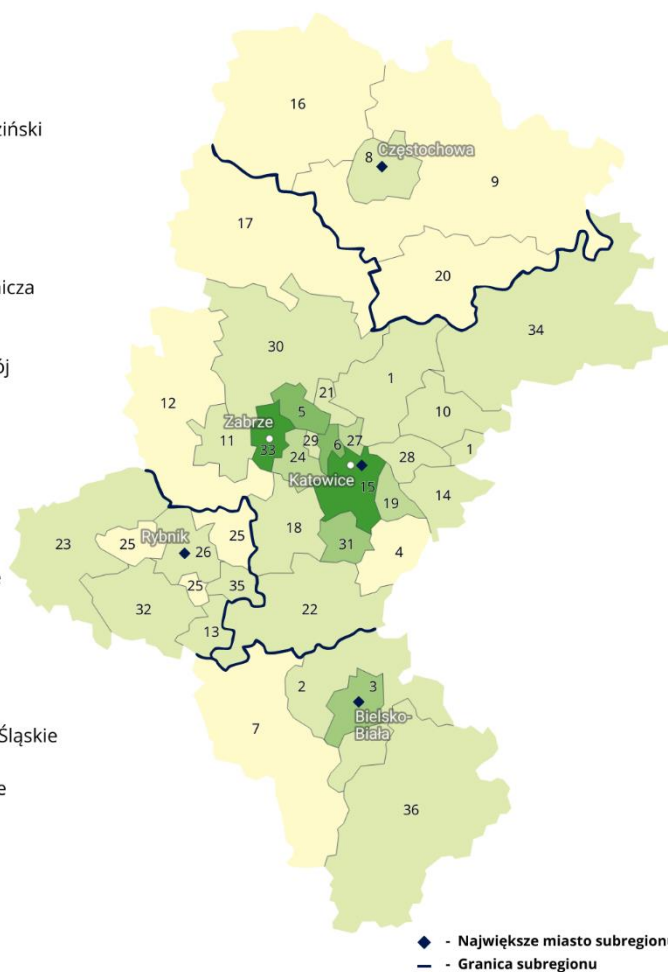


Rysunek 22. Liczba miejsc siedzących jaką równocześnie mogą udostępnić obiekty z kategorii obiekty kultury w salach konferencyjnych w podziale na powiaty przypadająca na 1 km² powierzchni powiatu

Źródło: opracowanie własne

POWIAT

1. będziniński
2. bielski
3. Bielsko-Biała
4. bieruńsko-lędziński
5. Bytom
6. Chorzów
7. cieszyński
8. Częstochowa
9. częstochowski
10. Dąbrowa Górnicza
11. Gliwice
12. gliwicki
13. Jastrzębie-Zdrój
14. Jaworzno
15. Katowice
16. kłobucki
17. lubliniecki
18. mikołowski
19. Mysłowice
20. myszkowski
21. Piekary Śląskie
22. pszczyński
23. raciborski
24. Ruda Śląska
25. rybnicki
26. Rybnik
27. Siemianowice Śląskie
28. Sosnowiec
29. Świętochłowice
30. tarnogórski
31. Tychy
32. wodzisławski
33. Zabrze
34. zawierciański
35. Żory
36. żywiecki



Narzędzie: Datawrapper

Rysunek 23. Gęstość materialnego potencjału obsługi wydarzeń wyrażona liczbą dostępnych miejsc siedzących w salach konferencyjnych obiektów kultury przypadających na 1 km² powierzchni powiatu

Źródło: opracowanie własne

Biorąc pod uwagę liczbę obiektów, a także liczbę sal oraz liczbę miejsc siedzących w pomieszczeniach konferencyjnych **największe zagęszczenie** występuje w przypadku powiatów zlokalizowanych **w centralnej części województwa, gdzie znajduje się 100 obiektów.**

23 obiekty wydarzeń typu obiekty kultury (15,1% ze wszystkich tego typu obiektów w woj. śląskim) zadeklarowało posiadanie pomieszczeń restauracyjnych w swoich zasobach.

Wśród specyficznych/unikatowych cech obiektów ważnych dla organizacji wydarzeń biznesowych podkreślano m.in.:

- galerię sztuki współczesnej – malarstwa, grafiki, fotografii, rzeźby, mody i multimediiów,
- bardzo duży wybór sal naziemnych i podziemnych,
- zabytkowe pomieszczenia i budynek,
- industrialne wnętrze,
- schron przeciwatomowy,
- wystawę stałą opowiadającą historię oporu wobec totalitaryzmu w PRL.

Obiekty kultury w woj. śląskim cechuje bardzo **dobra dostępność komunikacyjna**. Średnia odległość od dworca kolejowego z połączeniami InterCity wyniosła w tej grupie obiektów 6,86 km, a od najbliższej stacji kolejowej 3,93 km. Średnia odległość od najbliższego węzła autostrady lub drogi ekspresowej wynosiła 8,79 km. Natomiast średnia odległość od lotniska Katowice-Pyrzowice to 53,73 km.

Spośród 152 obiektów kultury 7 (co stanowi tylko 4,6%) zadeklarowało raportowanie wskaźników ESG.

Podsumowanie informacji na temat obiektów kultury jako obiektów organizacji wydarzeń biznesowych przedstawia tabela 14.

Tabela 14. Charakterystyka obiektów kultury województwa śląskiego jako obiektów wydarzeń biznesowych

Cecha	Wartość	j.m.
Łączna liczba obiektów	152	obiektów
Liczba sal/pomieszczeń na spotkania biznesowe	331	pomieszczenia
Średnia liczba sal/pomieszczeń na spotkania biznesowe w obiekcie	2,18	pomieszczenia
Maksymalna (łącznie) liczba miejsc siedzących możliwych do jednoczesnego udostępnienia	38 840	l. miejsc
Średnia liczba miejsc siedzących możliwych do jednoczesnego udostępnienia	255,53	l. miejsc
Powiat z największą liczbą miejsc	m. Katowice (9 890)	l. miejsc
Powiat z największą liczbą miejsc na km ²	m. Katowice (65,99)	l. miejsc na km ²
Średnia odległość od najbliższej stacji kolejowej	3,93	km
Średnia odległość od najbliższego dworca kolejowego obsługującego połączenia InterCity	6,86	km
Średnia odległość od najbliższego węzła autostrady lub drogi ekspresowej	8,79	km
Średnia odległość od lotniska Katowice-Pyrzowice	53,73	km

Źródło: opracowanie własne

4.2.4. Obiekty sportowe jako obiekty wydarzeń biznesowych

Badania pozwoliły na zidentyfikowanie **121 sal/pomieszczeń konferencyjnych** możliwych do udostępnienia w jednym czasie, zlokalizowanych w **67** obiektach wydarzeń **typu obiekty sportowe**.

Średnio jeden taki obiekt dysponuje niemal **2 salami/pomieszczeniami** (1,81 sali).

Największa liczba obiektów sportowych funkcjonujących na rynku wydarzeń biznesowych znajduje się w mieście Sosnowiec (7 obiektów, czyli 10,4% z wszystkich tego typu w woj. śląskimi). W tym mieście jest także najwięcej sal konferencyjnych, w takich obiektach (łącznie 10 sal, czyli 8,3% ze wszystkich w woj. śląskim).

Maksymalna (łączna) liczba miejsc siedzących jaką równocześnie może udostępnić 67 obiektów typu obiekty sportowe w 121 swoich salach konferencyjnych wyniosła **26 022** osób.

Oznacza to, że **średnio obiekty te dysponowały liczbą nieco ponad 388 miejsc** (388,39 miejsca).

W największym obiekcie sportowym pod względem liczby osób¹³⁴ - Hala Spodek, którego pojemność łączna wynosi 11 000 osób w miejscach siedzących, znajduje się 1 pomieszczenie/sala w którym można przyjąć uczestników konferencji lub innego wydarzenia biznesowego.

Kolejne miejsca na liście obiektów typu obiekt sportowy z uwzględnieniem maksymalnej liczby osób w miejscach siedzących, zajmują w woj. śląskim:

- Wielofunkcyjna Hala Widowiskowo-Sportowa im. Cieszyńskich Olimpijczyków w Cieszynie (maksymalnie łącznie 1 810 osób w 3 salach konferencyjnych),
- Stadion Śląski w Chorzowie (1 802 osób w 10 salach konferencyjnych),
- Hala BKS Bielsko-Biała i Hala Widowiskowo-Sportowa w Sosnowcu (każda po 1 400 osób),
- Hala Sportowa MORIS Chorzów (1 100 osób w 1 sali).

Zauważyć należy, iż 43 obiekty sportowe w woj. śląskim (ze 121 wszystkich takich obiektów na tym obszarze) dysponuje tylko jedną salą konferencyjną.

W woj. śląskim znajduje się 6 obiektów sportowych (9% z ogółu), które mogą pomieścić w miejscach siedzących 1000 i więcej osób. Te obiekty dysponują łącznie 18 512 miejscami siedzącymi konferencyjnymi (co stanowi 71,1% z wszystkich miejsc w tego typu obiektach wydarzeń w woj. śląskim). 4 obiekty (6% z wszystkich 121 obiektów) mają pojemność pomiędzy 500 a 999 osób, a 6 obiektów między 250 a 499 miejsc. Największą grupę stanowiły obiekty z liczbą miejsc 50-249 (30

¹³⁴ Pod względem maksymalnej (łącznej) liczby miejsc siedzących jaką równocześnie może udostępnić obiekt w salach konferencyjnych

obiektów – czyli 44,8 % spośród wszystkich), ponadto 20 obiektów (29,9%) dysponuje liczbą miejsc mniejszą niż 50 osób w salach konferencyjnych. Mediana wyniosła 80 miejsc.

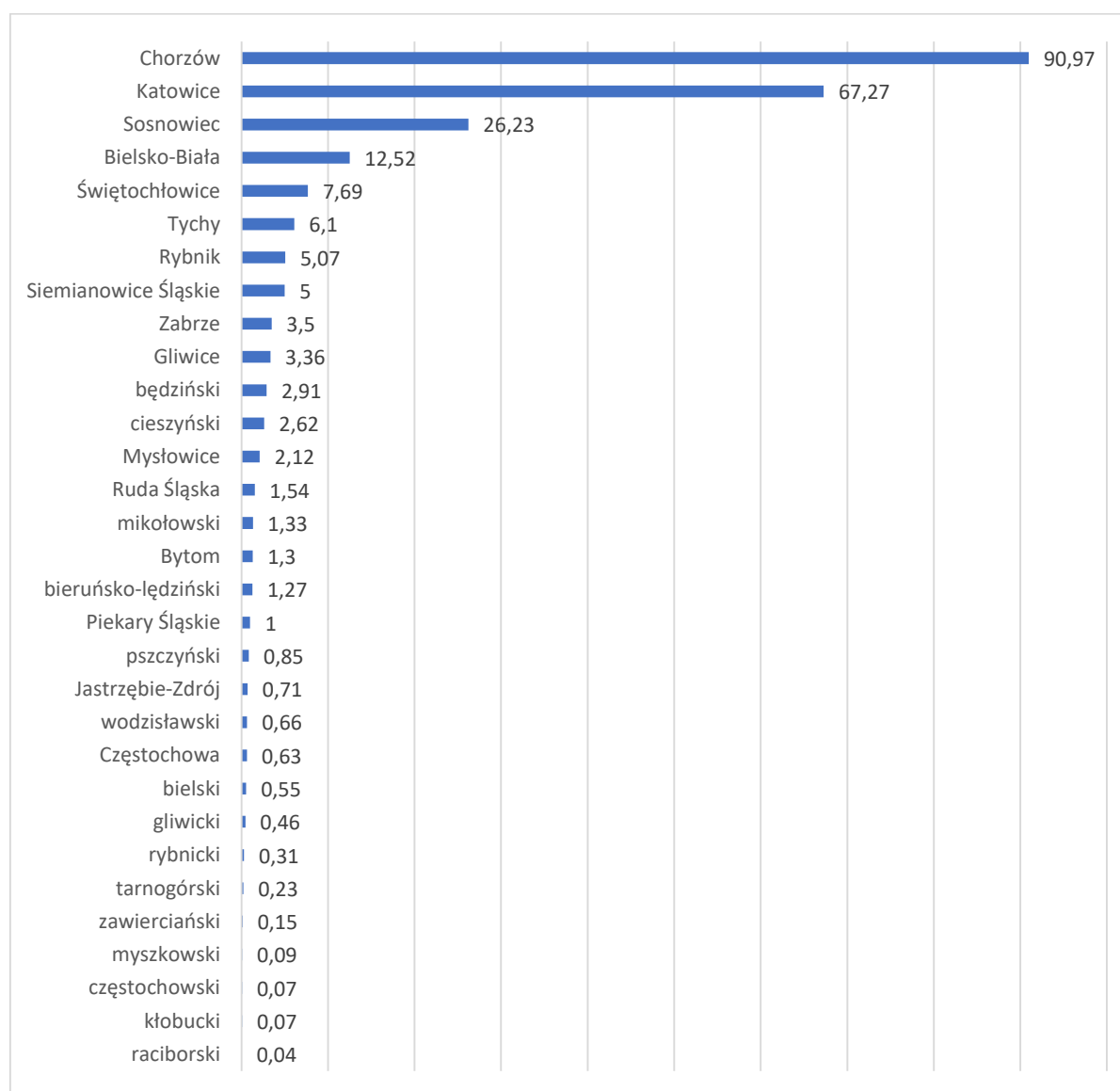
Tabela 15. Rozmieszczenie obiektów wydarzeń typu obiekt sportowy w woj. śląskim z uwzględnieniem ich materialnego potencjału do obsługi wydarzeń (liczba sal konferencyjnych, liczba miejsc siedzących) według powiatów

l.p.	nazwa powiatu	liczba obiektów	liczba sal konf.	liczba miejsc siedzących	pow. powiatu w km ²	liczba miejsc konf. na km ²
1	będziński	4	7	1 060	364	2,91
2	bielski	1	2	250	458	0,55
3	Bielsko-Biała	3	5	1 552	124	12,52
4	bieruńsko-lędziński	1	4	200	158	1,27
5	Bytom	3	4	90	69	1,30
6	Chorzów	3	14	3 002	33	90,97
7	cieszyński	3	5	1 910	730	2,62
8	Częstochowa	1	1	100	160	0,63
9	częstochowski	3	3	103	1 522	0,07
10	Dąbrowa Górnicza	0	0	0	189	0,00
11	Gliwice	2	6	450	134	3,36
12	gliwicki	4	8	305	665	0,46
13	Jastrzębie-Zdrój	1	1	60	85	0,71
14	Jaworzno	0	0	0	152	0,00
15	Katowice	4	5	11 100	165	67,27
16	kłobucki	1	2	60	889	0,07
17	lubliniecki	0	0	0	822	0,00
18	mikołowski	3	6	310	233	1,33
19	Mysłowice	2	2	140	66	2,12
20	myszkowski	2	2	45	479	0,09
21	Piekary Śląskie	1	1	40	40	1,00
22	pszczyński	2	3	398	471	0,85
23	raciborski	1	1	20	544	0,04
24	Ruda Śląska	1	1	120	78	1,54
25	rybnicki	1	1	70	224	0,31
26	Rybnik	1	2	750	148	5,07
27	Siemianowice Śląskie	1	2	130	26	5,00
28	Sosnowiec	7	10	2 387	91	26,23
29	Świętochłowice	1	1	100	13	7,69
30	tarnogórski	2	4	150	644	0,23
31	Tychy	1	4	500	82	6,10
32	wodzisławski	3	8	190	287	0,66
33	Zabrze	2	3	280	80	3,50
34	zawierciański	2	3	150	1 004	0,15
35	Żory	0	0	0	65	0,00
36	żywiecki	0	0	0	1 040	0,00
	Razem	67	121	26 022	12 334	2,11

Źródło: opracowanie własne

Analizując sytuację w powiatach, **największą liczbą miejsc** siedzących w obiektach wydarzeń typu obiekt sportowy dysponują miasta: **Katowice** (łącznie 11 100 miejsc w 4 obiektach) oraz **Chorzów** (3 002 miejsc w 2 obiektach) (tab.15). W przypadku 5 powiatów w woj. śląskim nie zidentyfikowano pomieszczeń wydarzeń biznesowych w obiektach sportowych (patrz. tab. 15).

Biorąc pod uwagę liczbę miejsc konferencyjnych w obiektach typu obiekty sportowe i powierzchnię powiatu w km² to zauważyć można, iż średnia liczba siedzących miejsc konferencyjnych na km² powierzchni w województwie śląskim wynosi 2,11. Przy czym w Chorzowie wskaźnik ten wynosi aż 90,97, w Katowicach 67,27, w Sosnowcu 26,23 (rys. 24 i 25).

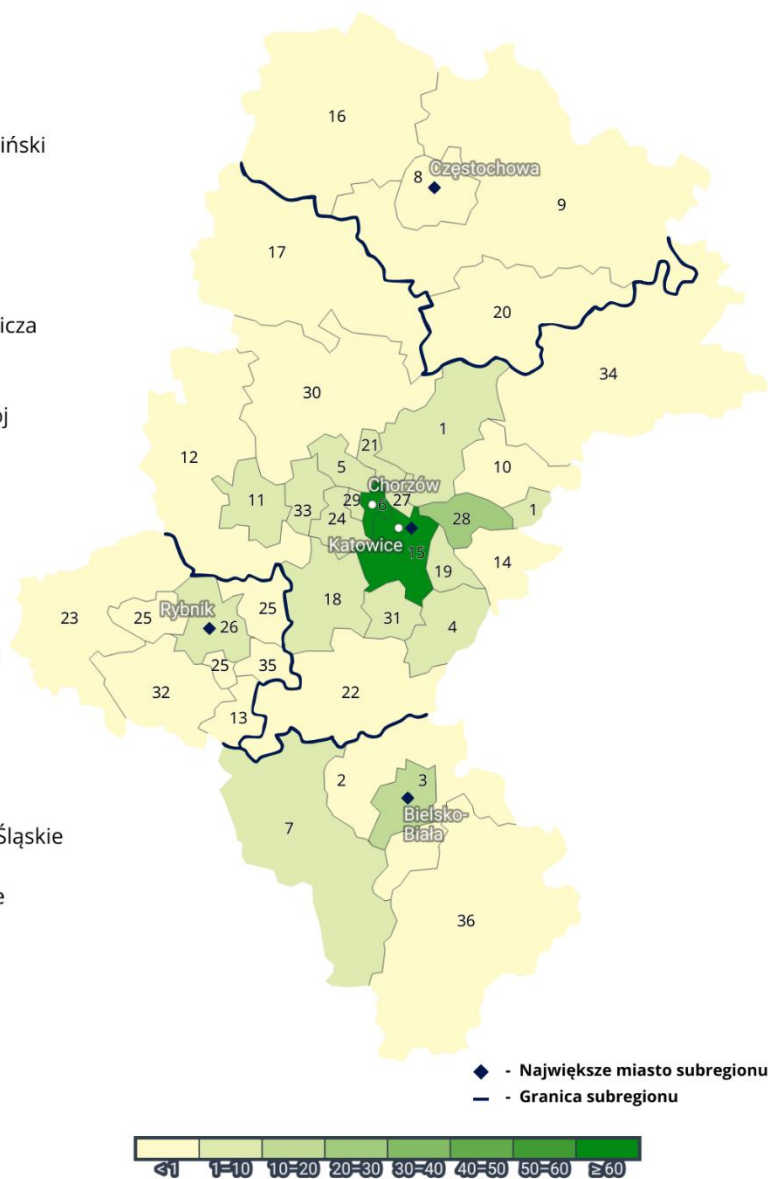


Rysunek 24. Liczba miejsc siedzących jaką równocześnie mogą udostępnić obiekty z kategorii obiekty sportowe w salach konferencyjnych w podziale na powiaty przypadających na 1 km² powierzchni powiatu

Źródło: opracowanie własne

POWIAT

1. będziński
2. bielski
3. Bielsko-Biała
4. bieruńsko-lędziński
5. Bytom
6. Chorzów
7. cieszyński
8. Częstochowa
9. częstochowski
10. Dąbrowa Górnicza
11. Gliwice
12. gliwicki
13. Jastrzębie-Zdrój
14. Jaworzno
15. Katowice
16. kłobucki
17. lubliniecki
18. mikołowski
19. Mysłowice
20. myszkowski
21. Piekary Śląskie
22. pszczyński
23. raciborski
24. Ruda Śląska
25. rybnicki
26. Rybnik
27. Siemianowice Śląskie
28. Sosnowiec
29. Świętochłowice
30. tarnogórski
31. Tychy
32. wodzisławski
33. Zabrze
34. zawierciański
35. Żory
36. żywiecki



Narzędzie: Datawrapper

Rysunek 25. Gęstość materialnego potencjału obsługi wydarzeń wyrażona liczbą dostępnych miejsc siedzących w salach konferencyjnych obiektów sportowych przypadających na 1 km² powierzchni powiatu

Źródło: opracowanie własne

Biorąc pod uwagę liczbę obiektów, a także liczbę sal oraz liczbę miejsc siedzących w pomieszczeniach konferencyjnych **największe zagęszczenie** występuje w przypadku powiatów zlokalizowanych **w centralnej części województwa, gdzie znajduje się 46 obiektów**, w których może się pomieścić 20 912 osób w miejscach siedzących. Liczba obiektów stanowi 68,7% obiektów tego typu w woj. śląskim, a liczba miejsc ponad 80% z ogółu dostępnych w regionie.

12 obiektów wydarzeń typu obiekty sportowe (17,9% ze wszystkich tego typu obiektów w woj. śląskim) zadeklarowało posiadanie pomieszczeń restauracyjnych w swoich zasobach.

Wśród specyficznych/unikatowych cech obiektów ważnych dla organizacji wydarzeń biznesowych podkreślano m.in.:

- dodatkowa funkcja targowa,
- obiekt usytuowany jest blisko dużego parku z tężnią solankową,
- obiekt, na którym mecze rozgrywa 14 krotny Mistrz Polski w piłce nożnej,
- stadion znajduje się w centrum miasta, na terenie parkingów można postawić namioty i organizować koncerty, imprezy na zewnątrz,
- obiekt to profesjonalne mistrzowskie 18 dołkowe pole golfowe będące członkiem PZG z kalibracją pozwalającą na rozgrywanie turniejów polskich i międzynarodowych.

Obiekty sportowe w woj. śląskim cechuje bardzo **dobra dostępność komunikacyjna**. Średnia odległość od dworca kolejowego z połączeniami InterCity wyniosła w tej grupie obiektów 7,60 km, a od najbliższej stacji kolejowej 4,52 km. Średnia odległość od najbliższego węzła autostrady lub drogi ekspresowej wynosiła 9,78 km. Natomiast średnia odległość od MPL Katowice to 48,89 km.

3 spośród 67 obiektów sportowych (co stanowi tylko 4,6%) zadeklarowało raportowanie wskaźników ESG.

Podsumowanie informacji na temat obiektów sportowych jako obiektów organizacji wydarzeń biznesowych przedstawia tabela 16.

Tabela 16. Charakterystyka obiektów sportowych województwa śląskiego jako obiektów wydarzeń biznesowych

Cecha	Wartość	j.m.
Łączna liczba obiektów	67	obiektów
Liczba sal/pomieszczeń na spotkania biznesowe	121	pomieszczenia
Średnia liczba sal/pomieszczeń na spotkania biznesowe w obiekcie	1,81	pomieszczenia
Maksymalna (łącznie) liczba miejsc siedzących możliwych do jednoczesnego udostępnienia	26 022	l. miejsc
Średnia liczba miejsc siedzących możliwych do jednoczesnego udostępnienia	388,39	l. miejsc
Powiat z największą liczbą miejsc	m. Katowice (11 100)	l. miejsc
Powiat z największą liczbą miejsc na km ²	m. Chorzów (90,97)	l. miejsc na km ²
Średnia odległość od najbliższej stacji kolejowej	4,52	km
Średnia odległość od najbliższego dworca kolejowego obsługującego połączenia InterCity	7,60	km
Średnia odległość od najbliższego węzła autostrady lub drogi ekspresowej	9,78	km
Średnia odległość od lotniska Katowice-Pyrzowice	48,89	km

Źródło: opracowanie własne

4.2.5. Szkoły wyższe i placówki edukacyjne jako obiekty wydarzeń biznesowych

Liczba przeanalizowanych szkół wyższych i placówek edukacyjnych wyniosła 185. Dysponują one łącznie 553 salami/pomieszczeniami konferencyjnymi możliwymi do udostępnienia w jednym czasie.

Jeden obiekt z tej grupy dysponuje średnio niespełna 3 salami konferencyjnymi (2,99 sali/obiekt). Największą liczbą sal dysponował Wydział Humanistyczny Uniwersytetu Śląskiego zlokalizowany w Sosnowcu (57 sal), Budynek Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach i II Liceum Ogólnokształcące z Oddziałami Dwujęzycznymi im. Marii Konopnickiej w Katowicach (po 30 sal). Te trzy obiekty dysponują 21,1% pomieszczeń dostępnych w ogólnej liczbie obiektów tej kategorii. 114 obiektów (61,6% spośród szkół wyższych i placówek edukacyjnych) dysponuje jedną salą.

Maksymalna (łącznie) liczba miejsc siedzących jaką równocześnie mogą udostępnić obiekty tej grupy, w salach/pomieszczeniach konferencyjnych wynosiła **30 895**. Średnio obiekty te dysponowały 167 miejscami.

Wśród **5 obiektów dysponujących większą niż 1000 liczbą miejsc**, znajdują się 4 obiekty Uniwersytetu Śląskiego. Największą liczbą miejsc dysponują Wydział Humanistyczny zlokalizowany w Sosnowcu

(2340 miejsc), Budynek Wydziału Prawa i Administracji w Katowicach (2100 miejsc), Budynek w Katowicach przy ul. Bogucickiej (1113 miejsc) oraz Wydział Nauk Przyrodniczych zlokalizowany w Sosnowcu (1060 miejsc). Listę uzupełnia Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach dysponujący liczbą 1200 miejsc.

Łącznie 5 wspomnianych obiektów, w których liczba miejsc siedzących jest większa niż 1000, dysponuje 7813 miejscami siedzącymi w salach konferencyjnych (co stanowi 25,3% z wszystkich miejsc w szkołach wyższych i placówkach edukacyjnych). 11 obiektów (5,9% z w tej grupie) posiada liczbę miejsc w przedziale 500-1000, 16 obiektów edukacyjnych (8,6%) ma pomiędzy 250 a 499 miejsc, 73 dysponuje liczbą pomiędzy 50 a 249 miejsc (39,5%). Największą grupę – 80 obiektów (43,2%) stanowiły te dysponujące liczbą miejsc mniejszą niż 50. Mediana miejsc w tej grupie obiektów wyniosła 60.

Spośród 30 895 miejsc, 16 864 (54,6%) zlokalizowanych jest w 24 obiektach należących do szkół wyższych. Pozostałe 14 031 (45,4%) mieści się w innych placówkach edukacyjnych, takich jak szkoły publiczne i prywatne.

Analizując sytuację w powiatach, największą liczbą miejsc dysponowały m. Katowice (9 598 miejsc), m. Sosnowiec (4 767), m. Częstochowa (3 350) oraz m. Bielsko-Biała (2 471) (tab. 17). W tych czterech powiatach zlokalizowane jest 20 816 miejsc, co stanowi 65,3% ogółu miejsc możliwych do udostępnienia w tego typu obiektach. W przypadku 6 powiatów obiekty należące do grupy szkół wyższych i placówek edukacyjnych posiadające i wynajmujące sale na potrzeby organizacji wydarzeń biznesowych nie zostały zidentyfikowane - były to powiaty: kłobucki, mikołowski, myszkowski, rybnicki oraz m. Siemianowice Śl. i m. Świętochłowice.

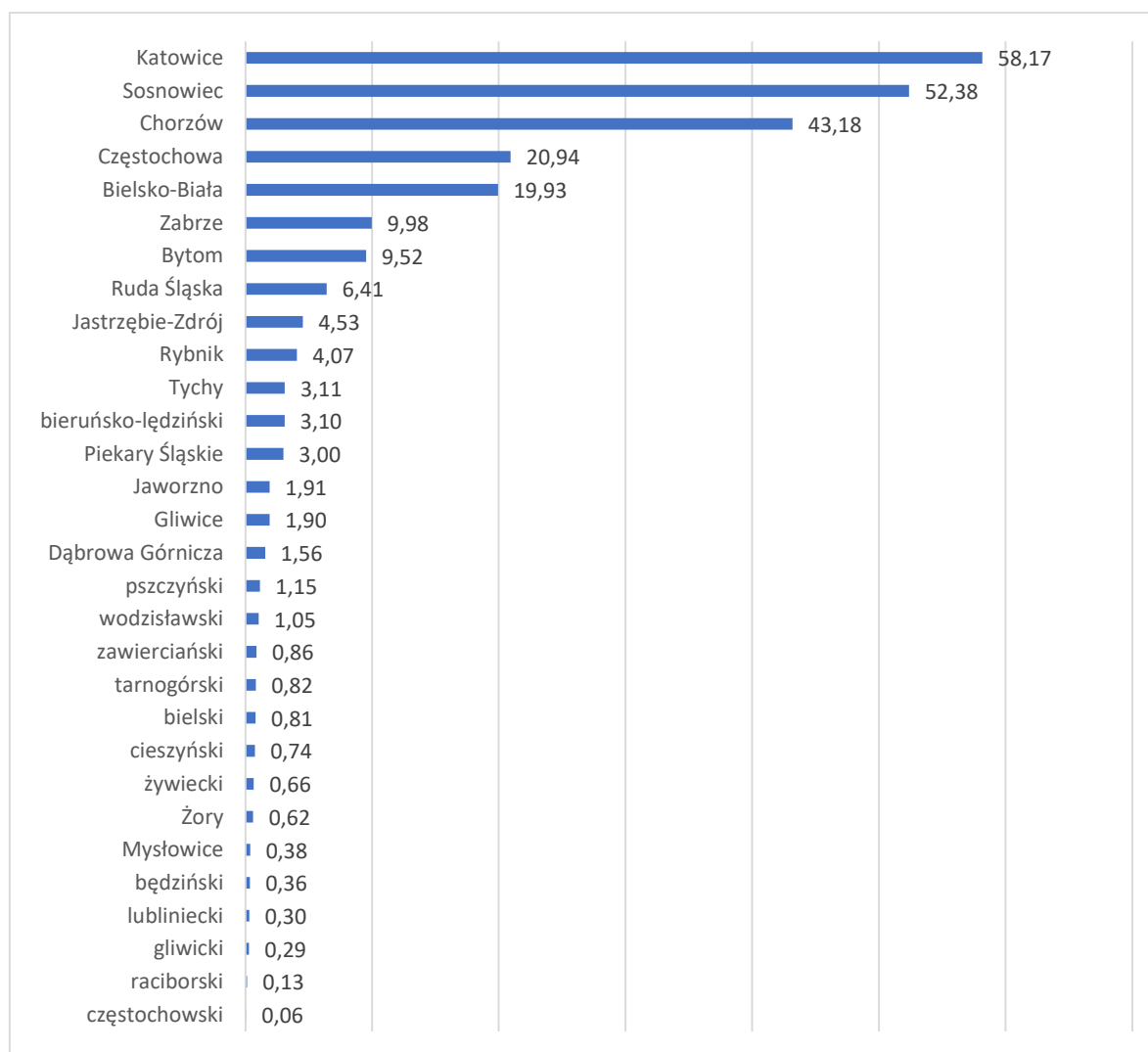
Tabela 17. Rozmieszczenie obiektów wydarzeń typu szkoła wyższa/placówka edukacyjna w woj. śląskim z uwzględnieniem ich materialnego potencjału do obsługi wydarzeń (liczba sal konferencyjnych, liczba miejsc siedzących) według powiatów

	Nazwa powiatu	liczba obiektów	liczba sal konf.	I. miejsc siedzących w szkołach wyższych	liczba miejsc siedzących w pozostałych placówkach edukacyjnych	łączna liczba miejsc siedzących	pow. powiatu w km ²	liczba miejsc konf. na km ²
1	będziński	4	5	0	130	130	364	0,36
2	bielski	3	4	0	370	370	458	0,81
3	Bielsko-Biała	19	40	788	1 683	2 471	124	13,57
4	bieruńsko-lędzki	1	10	0	490	490	158	3,10
5	Bytom	8	12	100	557	657	69	9,52
6	Chorzów	6	33	0	1 425	1 425	33	43,18
7	cieszyński	6	10	0	543	543	730	0,74
8	Częstochowa	22	44	1875	1 475	3 350	160	20,94
9	częstochowski	3	3	0	90	90	1522	0,06

10	Dąbrowa Górnicza	4	7	0	295	295	189	1,56
11	Gliwice	6	7	0	255	255	134	1,90
12	gliwicki	3	3	0	190	190	665	0,29
13	Jastrzębie-Zdrój	6	8	0	385	385	85	4,53
14	Jaworzno	5	10	0	290	290	152	1,91
15	Katowice	26	142	8 538	1 060	9 598	165	58,17
16	kłobucki	0	0	0	0	0	889	0,00
17	lubliniecki	3	8	0	250	250	822	0,30
18	mikołowski	0	0	0	0	0	233	0,00
19	Mysłowice	1	1	0	25	25	66	0,38
20	myszkowski	0	0	0	0	0	479	0,00
21	Piekary Śląskie	1	4	0	120	120	40	3,00
22	pszczyński	6	9	0	540	540	471	1,15
23	raciborski	2	2	0	70	70	544	0,13
24	Ruda Śląska	1	14	500	0	500	78	6,41
25	rybnicki	0	0	0	0	0	224	0,00
26	Rybnik	6	27	248	355	603	148	4,07
27	Siemianowice Śl.	0	0	0	0	0	26	0,00
28	Sosnowiec	8	86	4 457	310	4 767	91	52,38
29	Świętochłowice	0	0	0	0	0	13	0,00
30	tarnogórski	5	10	0	530	530	644	0,82
31	Tychy	5	7	0	255	255	82	3,11
32	wodzisławski	4	5	0	300	300	287	1,05
33	Zabrze	4	14	358	440	798	80	9,98
34	zawierciański	6	17	0	868	868	1004	0,86
35	Żory	1	1	0	40	40	65	0,62
36	żywiecki	10	10	0	690	690	1040	0,66
Razem		185	553	16 864	14 031	30 895	12 334	2,5

Źródło: opracowanie własne

Biorąc pod uwagę liczbę miejsc siedzących w salach/pomieszczeniach konferencyjnych w przeliczeniu na km² powierzchni, średnia dla całego województwa wyniosła 2,5 miejsca na km². **Największe zagęszczenie** występuje w przypadku powiatów zlokalizowanych w **centralnej części województwa – Katowic (58,2), Sosnowca (52,4), Chorzowa (43,2), Częstochowa (20,9) oraz Bielska-Białej (19,9)** (rys. 26, rys. 27).

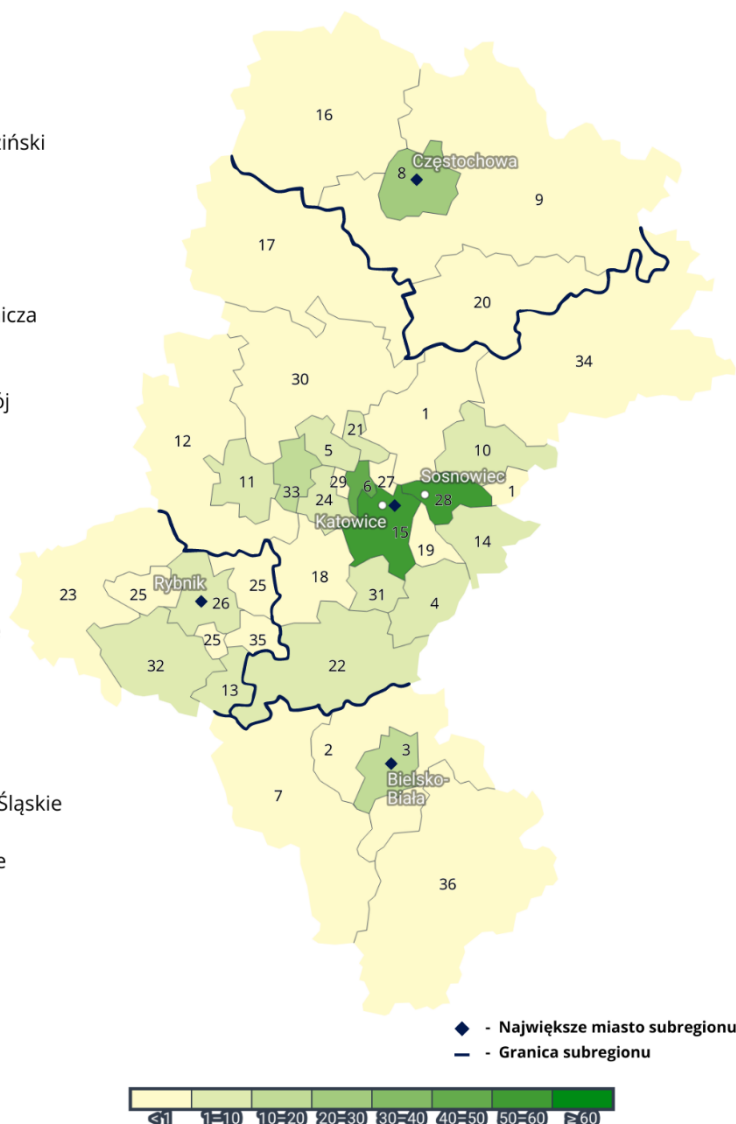


Rysunek 26. Liczba miejsc siedzących jaką równocześnie mogą udostępnić obiekty w salach konferencyjnych szkół wyższych i placówek edukacyjnych przypadających na 1 km² powierzchni powiatu

Źródło: opracowanie własne

POWIAT

1. będziniński
2. bielski
3. Bielsko-Biała
4. bieruńsko-lędziński
5. Bytom
6. Chorzów
7. cieszyński
8. Częstochowa
9. częstochowski
10. Dąbrowa Górnicza
11. Gliwice
12. gliwicki
13. Jastrzębie-Zdrój
14. Jaworzno
15. Katowice
16. kłobucki
17. lubliniecki
18. mikołowski
19. Mysłowice
20. myszkowski
21. Piekary Śląskie
22. pszczyński
23. raciborski
24. Ruda Śląska
25. rybnicki
26. Rybnik
27. Siemianowice Śląskie
28. Sosnowiec
29. Świętochłowice
30. tarnogórski
31. Tychy
32. wodzisławski
33. Zabrze
34. zawierciański
35. Żory
36. żywiecki



Narzędzie: Datawrapper

Rysunek 27. Gęstość materialnego potencjału obsługi wydarzeń wyrażona liczbą dostępnych miejsc siedzących w salach konferencyjnych szkół wyższych i placówek edukacyjnych przypadających na 1 km² powierzchni powiatu

Źródło: opracowanie własne

Spośród 185 obiektów w tej grupie, 9 (4,9%), zadeklarowało posiadanie pomieszczeń restauracyjnych. 5 (2,7%) dysponuje zapleczem noclegowym¹³⁵.

¹³⁵ Uniwersyteckie I LO im. J. Słowackiego w Chorzowie, Akademia Wychowania Fizycznego im. Jerzego Kukuczki w Katowicach, Uniwersytet Jana Długosza w Częstochowie, Branżowa Szkoła i Stopnia w Ustroniu

Różnymi udogodnieniami czasu wolnego dysponowało łącznie 37 spośród badanych szkół wyższych i placówek edukacyjnych. Do najczęściej wskazywanych udogodnień należy zaliczyć siłownię (16 obiektów) i przestrzeń dla organizacji imprez plenerowych typu teambuilding, ognisko itp. (12 obiektów). Tylko kilka obiektów wskazało na basen kryty (3), saunę i zabieg SPA (po 2) oraz bilard (1).

Wśród specyficznych/unikatowych cech obiektów ważnych dla organizacji wydarzeń biznesowych podkreślano m.in.: „Możliwość realizacji imprez plenerowych w pięknych ogrodach z użyciem sceny, namiotów”, „mecze sportowe w kilku konkurencjach sportowych (halowe)”. Posiadanie takich cech zadeklarowało 5 obiektów (2,7%).

Szkoły wyższe i placówki edukacyjne oferujące sale/pomieszczenia konferencyjne cechuje **bardzo dobra dostępność komunikacyjna**. Średnia odległość od dworca kolejowego z połączeniami Intercity wyniosła w tej grupie 3,3 km, a od najbliższej stacji kolejowej 2,4 km. Średnia odległość od najbliższego węzła autostrady lub drogi ekspresowej wynosiła 6,4 km. Średnia odległość od MPL Katowice wyniosła 57,1 km.

Spółród 185 szkół wyższych i placówek edukacyjnych 5 (2,7%) zadeklarowało raportowanie wskaźników ESG.

Podsumowanie informacji na temat szkół wyższych i placówek edukacyjnych jako obiektów organizacji wydarzeń biznesowych przedstawia tabela 18.

Tabela 18. Charakterystyka szkół wyższych i placówek edukacyjnych województwa śląskiego jako obiektów wydarzeń biznesowych

Cecha	Wartość	j.m.
Łączna liczba obiektów	185	obiektów
Liczba sal/pomieszczeń na spotkania biznesowe	553	pomieszczenia
Średnia liczba sal/pomieszczeń na spotkania biznesowe w obiekcie	2,99	pomieszczenia
Maksymalna (łączna) liczba miejsc siedzących możliwych do jednoczesnego udostępnienia	30 895	l. miejsc
Średnia liczba miejsc siedzących możliwych do jednoczesnego udostępnienia	167	l. miejsc
Powiat z największą liczbą miejsc	m. Katowice (9 598)	l. miejsc
Powiat z największą liczbą miejsc na km ²	m. Katowice (58,17)	l. miejsc na km ²
Średnia odległość od najbliższej stacji kolejowej	2,4	km
Średnia odległość od najbliższego dworca kolejowego obsługującego połączenia InterCity	3,3	km
Średnia odległość od najbliższego węzła autostrady lub drogi ekspresowej	6,4	km
Średnia odległość od lotniska Katowice-Pyrzowice	57,1	km

Źródło: opracowanie własne

4.2.6. Obiekty gastronomiczne jako obiekty wydarzeń biznesowych

W badaniu zidentyfikowano 258 obiektów gastronomicznych dysponujących łącznie liczbą 350 sal/pomieszczeń konferencyjnych możliwych do udostępnienia w jednym czasie.

Średnio jeden obiekt gastronomiczny dysponował nieco ponad 1 salą/pomieszczeniem (1,36 sali). Największa liczba sal jaką dysponował jeden obiekt wynosi 5. **Jest to Chata Olimpijczyka Jana i Helenki w Wiśle. 9 obiektów zadeklarowało liczbę sal wynoszącą 4. 202 obiekty (78,3% obiektów w tej grupie) dysponowało jedną salą.**

Maksymalna (łącznie) liczba miejsc siedzących jaką równocześnie mogą udostępnić obiekty gastronomiczne w salach konferencyjnych wyniosła 17 146. Średnio obiekty te dysponowały 66 miejscami (66,5 miejsca).

Największą liczbą miejsc dysponuje **Restauracja Polcar w Kolonii Poczesna k. Częstochowy (420 miejsc), Karczma pod Lotniskiem w Bielsku-Białej (400 miejsc), Restauracja Capitol w Suszcu (350 miejsc), Karczma Wrazidlok w Nieborowicach oraz Restauracja Antracyt w Jastrzębiu Zdroju (po 300 miejsc).** Łącznie obiekty te dysponują 1 770 miejscami, co stanowi 10,3% ogółu miejsc w tej grupie.

10 obiektów (3,9% obiektów w tej grupie) dysponuje liczbą miejsc w przedziale 250 a 500 miejsc. 105 obiektów (40,7%) dysponuje liczbą miejsc w przedziale 50 a 249, największą grupę stanowiły najmniejsze obiekty, dysponujące liczbą miejsc mniejszą niż 50, było ich 143 co stanowiło 55,4% obiektów w tej grupie. Mediana w przypadku sal konferencyjnych w obiektach gastronomicznych wynosiła 40.

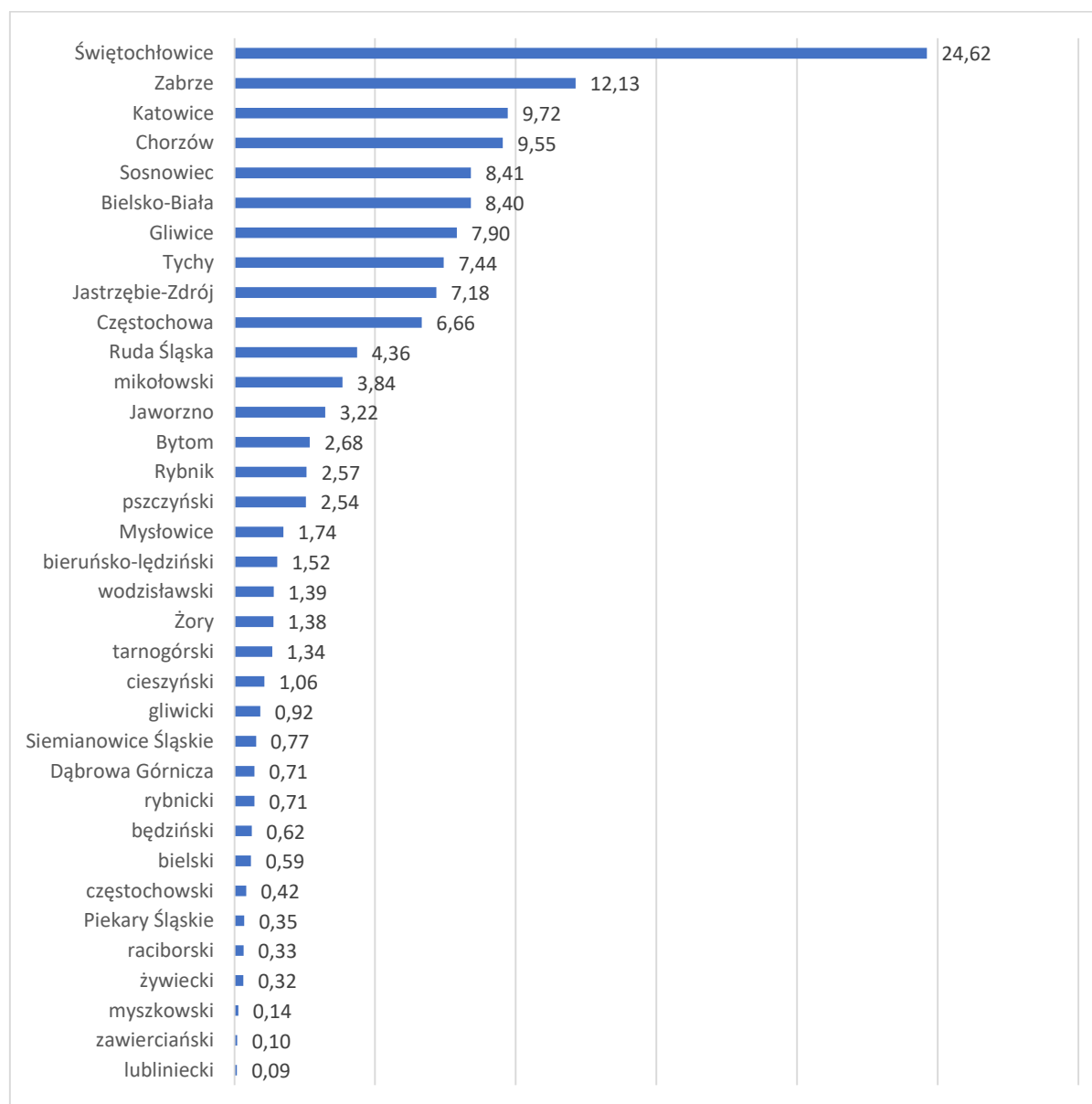
Analizując sytuację w powiatach (tab. 18), największą liczbą miejsc dysponowały powiaty m. Katowice (1 603 miejsca), pszczyński (1 197), m. Częstochowa (1 065 miejsc), m. Gliwice (1 059 miejsc) oraz m. Bielsko-Biała (1 042). Łącznie w tych 5 powiatach znajduje się 5 966 miejsc co stanowi 34,8% miejsc w salach/pomieszczeniach konferencyjnych w tej grupie obiektów. Należy zwrócić uwagę, że koncentracja miejsc w powiatach dysponujących ich największą liczbą jest relatywnie mniejsza niż w przypadku innych rodzajów obiektów. Tylko w powiecie kłobuckim nie zidentyfikowano żadnego obiektu.

Tabela 19. Rozmieszczenie obiektów wydarzeń typu obiekt gastronomiczny w woj. Śląskim z uwzględnieniem ich materialnego potencjału do obsługi wydarzeń (liczba sal konferencyjnych, liczba miejsc siedzących) według powiatów

Lp.	Nazwa powiatu	liczba obiektów	liczba sal konf.	łącznie liczba miejsc siedzących	pow. powiatu w km2	liczba miejsc konf. na km2
1	będziński	2	4	225	364	0,62
2	bielski	4	8	270	458	0,59
3	Bielsko-Biała	14	21	1042	124	8,40
4	bieruńsko-lędzki	2	5	240	158	1,52
5	Bytom	6	7	185	69	2,68
6	Chorzów	7	11	315	33	9,55
7	cieszyński	12	16	775	730	1,06
8	Częstochowa	18	25	1065	160	6,66
9	częstochowski	5	8	633	1522	0,42
10	Dąbrowa Górnicza	3	3	135	189	0,71
11	Gliwice	23	28	1059	134	7,90
12	gliwicki	6	7	610	665	0,92
13	Jastrzębie-Zdrój	4	4	610	85	7,18
14	Jaworzno	7	11	490	152	3,22
15	Katowice	34	35	1603	165	9,72
16	kłobucki	0	0	0	889	0,00
17	lubliniecki	3	3	75	822	0,09
18	mikołowski	9	17	895	233	3,84
19	Mysłowice	4	4	115	66	1,74
20	myszkowski	2	2	65	479	0,14
21	Piekary Śląskie	1	1	14	40	0,35
22	pszczyński	7	13	1197	471	2,54
23	raciborski	5	6	178	544	0,33
24	Ruda Śląska	5	8	340	78	4,36
25	rybnicki	4	4	160	224	0,71
26	Rybnik	4	8	380	148	2,57
27	Siemianowice Śl.	1	1	20	26	0,77
28	Sosnowiec	14	16	765	91	8,41
29	Świętochłowice	4	5	320	13	24,62
30	tarnogórski	11	17	865	644	1,34
31	Tychy	8	11	610	82	7,44
32	wodzisławski	6	8	400	287	1,39
33	Zabrze	10	18	970	80	12,13
34	zawierciański	3	4	100	1004	0,10
35	Żory	3	3	90	65	1,38
36	żywiecki	7	8	330	1040	0,32
	razem	258	350	17146	12334	1,39

Źródło: opracowanie własne

Biorąc pod uwagę liczbę miejsc siedzących w salach/pomieszczeniach konferencyjnych w przeliczeniu na km² powierzchni, średnia dla całego województwa wyniosła 1,39 miejsca na km². Największe zagęszczenie miejsc występowało w centralnej części województwa - w powiatach m. Świętochłowice (24,6 miejsca na km²), m. Zabrze (12,1), m. Katowice (9,7), m. Chorzów(9,55) oraz m. Sosnowiec (8,4) (rys. 28, rys. 29).

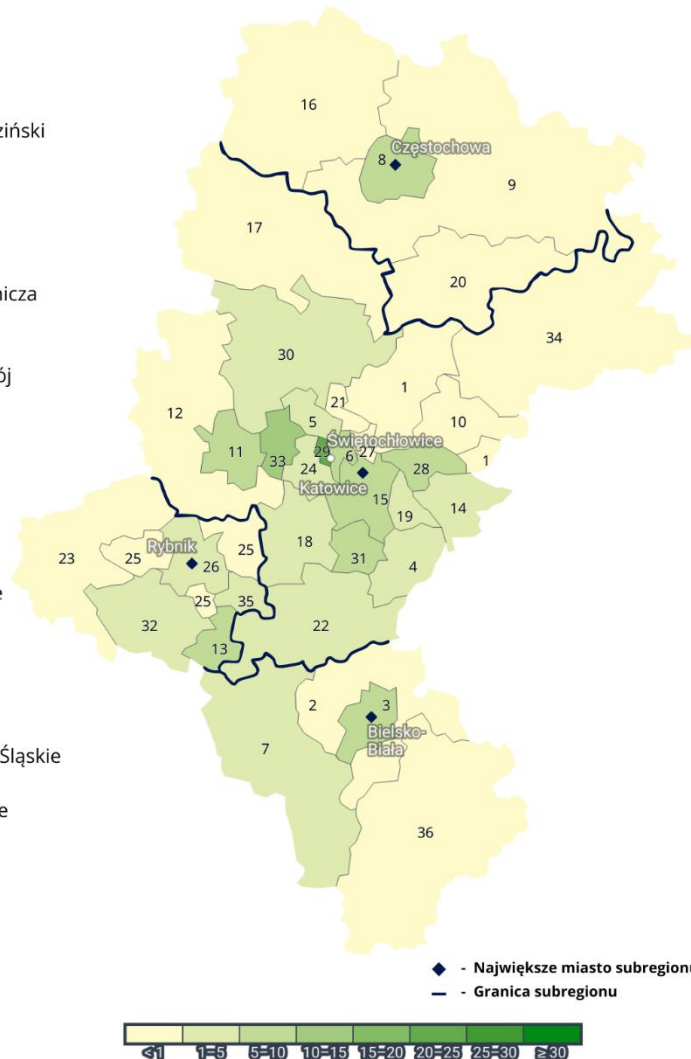


Rysunek 28. Liczba miejsc siedzących jaką równocześnie mogą udostępnić obiekty w salach konferencyjnych obiektów gastronomicznych przypadająca na 1 km² powierzchni powiatu

Źródło: opracowanie własne

POWIAT

1. będziński
2. bielski
3. Bielsko-Biała
4. bieruńsko-lędziński
5. Bytom
6. Chorzów
7. cieszyński
8. Częstochowa
9. częstochowski
10. Dąbrowa Górnicza
11. Gliwice
12. gliwicki
13. Jastrzębie-Zdrój
14. Jaworzno
15. Katowice
16. kłobucki
17. lubliniecki
18. mikołowski
19. Mysłów
20. myszkowski
21. Piekary Śląskie
22. pszczyński
23. raciborski
24. Ruda Śląska
25. rybnicki
26. Rybnik
27. Siemianowice Śląskie
28. Sosnowiec
29. Świętochłowice
30. tarnogórski
31. Tychy
32. wodzisławski
33. Zabrze
34. zawierciański
35. Żory
36. żywiecki



Narzędzie: Datawrapper

Rysunek 29. Gęstość materialnego potencjału obsługi wydarzeń wyrażona liczbą dostępnych miejsc siedzących w salach konferencyjnych obiektów gastronomicznych przypadających na 1 km² powierzchni powiatu

Źródło: opracowanie własne

Spośród 258 obiektów 18 (7%) dysponowało dodatkowymi przestrzeniami pod organizację wydarzeń biznesowych, najczęściej były to przestrzenie na zewnątrz takie jak taras czy ogród, mogące pomieścić nawet do 300 osób. Tylko 1 obiekt, w tej grupie, deklarował dysponowanie miejscami noclegowymi.

53 obiekty (20,5%) dysponują ofertą czasu wolnego. Najczęściej wskazywano na przestrzeń dla imprez plenerowych typu teambuilding, ognisko, itp. (47 obiektów), następnie bilard (11 obiektów), w przypadku pojedynczych obiektów był to również basen odkryty, sauna oraz salon gier. Jeśli chodzi

o inne udogodnienia w obiektach gastronomicznych najczęściej odnoszono się do możliwości organizacji wydarzeń na zewnątrz.

Obiekty gastronomiczne oferujące sale/pomieszczenia konferencyjne cechuje **bardzo dobra dostępność komunikacyjna**. Średnia odległość od dworca kolejowego z połączeniami InterCity wyniosła w tej grupie 5,6 km, a od najbliższej stacji kolejowej 4,4 km. Średnia odległość od najbliższego węzła autostrady lub drogi ekspresowej wynosiła 9,2 km. Średnia odległość od MPL Katowice w Pyrzowicach wynosi 53,9 km.

Spśród 258 obiektów gastronomicznych 6 (2,3%) zadeklarowało raportowanie wskaźników ESG.

Podsumowanie informacji na temat obiektów gastronomicznych zawiera tabela 20.

Tabela 20. Charakterystyka obiektów gastronomicznych województwa śląskiego jako obiektów wydarzeń biznesowych

Cecha	Wartość	j.m.
Łączna liczba obiektów	258	obiektów
Liczba sal/pomieszczeń na spotkania biznesowe	350	pomieszczenia
Średnia liczba sal/pomieszczeń na spotkania biznesowe w obiekcie	1,36	pomieszczenia
Maksymalna (łączna) liczba miejsc siedzących możliwych do jednoczesnego udostępnienia	17 146	l. miejsc
Średnia liczba miejsc siedzących możliwych do jednoczesnego udostępnienia	66,5	l. miejsc
Powiat z największą liczbą miejsc	m. Katowice (1 603)	
Powiat z największą liczbą miejsc na km ²	m. Świętochłowice (24,6)	l. miejsc na km ²
Średnia odległość od najbliższej stacji kolejowej	4,4	km
Średnia odległość od najbliższego dworca kolejowego obsługującego połączenia InterCity	5,6	km
Średnia odległość od najbliższego węzła autostrady lub drogi ekspresowej	9,2	km
Średnia odległość od lotniska Katowice-Pyrzowice	53,9	km

Źródło: opracowanie własne

4.2.7. Pozostałe obiekty wydarzeń biznesowych

W grupie pozostałych obiektów wydarzeń biznesowych znalazło się **9 obiektów dysponujących łącznie 28 salami**. Średnio obiekty w tej grupie dysponowały 3 salami (3,11). Są to obiekty pełniące zróżnicowane podstawowe funkcje – lotniska, parku naukowo-technologicznego, studia fotografii, centrum biznesowego czy centrum rehabilitacji. Każdy z tych obiektów zlokalizowany jest w innym powiecie na terenie całego województwa. 2 obiekty w tej grupie dysponowały 1 salą.

Obiekty w tej grupie dysponowały łącznie liczbą **1 336 miejsc (średnio 148,4 miejsca)**, z czego 66% zlokalizowane było w 3 obiektach – Centrum Biznesowym Atrion w Tychach (300 miejsc), Częstochowskim Parku Przemysłowo-Technologicznym (300 miejsc) i Sosnowieckim Parku Naukowo-Technologicznym (288 miejsc). W tych trzech obiektach znajdowało się również 17 sal (60% w tej grupie).

Obiekty te były położone średnio w odległości 2,3 od najbliższej stacji kolejowej, 7,4 km od stacji kolejowej obsługującej połączenia InterCity oraz 4,2 km od najbliższego zjazdu z autostrady lub drogi ekspresowej. Średnia odległość od MPL Katowice w tej grupie wyniosła 53,5 km.

3 obiekty mieściły dysponowały liczbą miejsc w przedziale 250 a 500, 5 posiadało liczbę sal w przedziale 5 a 249, natomiast 1 obiekt dysponował liczbą miejsc mniejszą niż 50.

Spółród 9 badanych obiektów 2 (22,2%) zadeklarowały raportowanie wskaźników ESG.

PODSUMOWANIE

W świetle badań przeprowadzonych na potrzeby tego Raportu można stwierdzić, że województwo śląskie stanowi atrakcyjną destynację dla turystyki biznesowej. Na tle innych województw w Polsce, cechuje je bardzo wysoki potencjał społeczno-gospodarczy i doskonała dostępność komunikacyjna (w przypadku dostępności drogowej i kolejowej jest ona najlepsza w Polsce). Ponadto, na terenie całego województwa występuje duża liczba zróżnicowanych, a także rozproszonych przestrzennie obiektów wydarzeń. Opisana w tym Raporcie atrakcyjność województwa dla turystyki biznesowej jest wzmacniana ogólną atrakcyjnością turystyczną, wynikającą z bogatych i zróżnicowanych walorów kulturowych oraz przyrodniczych. O popularności regionu wśród odwiedzających świadczy fakt, że jest na drugim miejscu w Polsce, pod względem liczby turystów na km² powierzchni¹³⁶. Atrakcyjność turystyczna jest również doceniana wyróżnieniami przyznawanymi przez Polską Organizację Turystyczną, a także wykazywana w badaniach poziomu satysfakcji turystów z pobytu w regionie. Takie cechy województwa stwarzają duże możliwości realizowania różnorodnych wydarzeń biznesowych i spotkań konferencyjnych, z urozmaiconym programem dla uczestników.

Kolejnym argumentem przemawiającym za atrakcyjnością województwa śląskiego dla organizacji wydarzeń biznesowych jest duże znaczenie gospodarcze tego regionu dla Polski. Tu wytwarzane jest 12% Produktu Krajowego Brutto (PKB), a pod względem liczby zarejestrowanych podmiotów gospodarki narodowej, województwo zajmuje drugie miejsce w kraju¹³⁷. Badania przeprowadzone na potrzeby opracowania tego Raportu wykazały, iż w regionie istnieje też duża liczba uczelni wyższych co stwarza możliwości współpracy pomiędzy środowiskiem biznesowym i akademickim. Ponadto warto zauważyć, iż występuje tutaj największa w Polsce koncentracja miast na prawach powiatu, co stwarza warunki do konkurencji i kooperacji przy realizacji wydarzeń biznesowych. Ta specyfika funkcjonujących w województwie śląskim podmiotów gospodarki narodowej pozwala przypuszczać, iż na tym terenie istnieje duży popyt wewnętrzny (wynikający ze skłonności organizatorów do realizacji wydarzeń biznesowych i spotkań konferencyjnych w regionach, gdzie posiadają swoje centrale/oddziały¹³⁸, czyli budują swoje relacje biznesowe z różnymi grupami interesariuszy).

Charakterystyczną cechą województwa śląskiego jest też wysoki poziom zagospodarowania turystycznego (np. jeśli chodzi gęstość bazy noclegowej o standardzie 4 i 5 gwiazdkowym). Na tle

¹³⁶ Turystyka 2022, GUS, Warszawa, s. 48

¹³⁷ Bank Danych Lokalnych GUS, Podmioty Gospodarki Narodowej, <https://bdl.stat.gov.pl/> (dostęp: 11.11.2023)

¹³⁸ por.: K. Cieślowski: Rynek turystyki konferencyjnej. Tom II. Funkcjonowanie i rozwój w Polsce, Wyd. AWF Katowice, Katowice 2014

innych województw, baza noclegowa o tym standardzie w województwie śląskim, jest też bardziej rozproszona. Stwarza to możliwości organizacji wydarzeń biznesowych o różnym charakterze (np. kongresy, konferencje, sympozja, seminaria, warsztaty, szkolenia, itd.) na terenie całego województwa. Region cechuje największa w kraju liczba restauracji, obiektów sportowo-rekreacyjnych w stosunku do jego powierzchni, a w przypadku obiektów kulturalnych, śląskie jest w pierwszej trójce województw.

Przeprowadzone badania pozwoliły zidentyfikować **967 obiektów dysponujących liczbą 184 530 miejsc siedzących** (tab. 21) w 2 215 salach/pomieszczeniach wynajmowanych na potrzeby wydarzeń biznesowych.

Tabela 21. Obiekty wydarzeń biznesowych w województwie śląskim – podsumowanie

Kategoria obiektów	Liczba przebadanych obiektów	liczba siedzących miejsc konferencyjnych	średnia liczba konferencyjnych miejsc siedzących w obiekcie wydarzeń
Noclegowe	266	55 991	210,49
Centra konferencyjne i wystawiennicze	30	14 300	476,67
Kulturalne	152	38 840	255,53
Sportowe	67	26 022	388,39
Szkoły wyższe i placówki edukacyjne	185	30 895	167,00
Inne obiekty, w tym:			
gastronomiczne	258	17 146	66,46
pozostałe obiekty wydarzeń	9	1 336	148,44
Razem	967	184 530	190,83

Źródło: opracowanie własne

Najwięcej miejsc konferencyjnych jest w obiektach noclegowych (55 991, co stanowi 30,3% z wszystkich takich miejsc w województwie śląskim), natomiast największą średnią liczbą siedzących miejsc konferencyjnych dysponują centra konferencyjne i wystawiennicze (476,67).

Przebadane obiekty cechuje bardzo dobra dostępność komunikacyjna, ich średnie odległości od dworca kolejowego obsługującego połączenia InterCity, jak i węzłów autostrad/dróg ekspresowych nie przekraczają 10 km w żadnej z kategorii obiektów.

Przeprowadzone badania wykazały także duże zróżnicowanie w zakresie specyfiki i rozmieszczenia przestrzennego, materialnego potencjału do obsługi wydarzeń.

Przyjmując podział na cztery subregiony wymieniane w dokumentach strategicznych (centralny, południowy, północny i zachodni), największa część potencjału do realizowania wydarzeń biznesowych jest skoncentrowana w subregionie centralnym, w szczególności na terenie Górnośląsko-

Zagłębiowskiej Metropolii. Charakterystyczne dla subregionu centralnego jest to, iż znaczna część siedzących miejsc konferencyjnych znajduje się w centrach konferencyjnych i wystawienniczych, obiektach kulturalnych oraz szkołach wyższych i placówkach edukacyjnych. Ponadto, centralna część województwa posiada na swoim terenie kilka dużych (pod względem maksymalnej liczby siedzących miejsc konferencyjnych) obiektów wydarzeń, co predestynuje ten subregion dla realizacji wielkich, międzynarodowych wydarzeń biznesowych (typu: kongresy, konferencje, targi i wystawy). Zauważyć można, że liczba miejsc noclegowych w stosunku do liczby miejsc konferencyjnych jest, w centralnej części województwa, relatywnie mniejsza. Oznacza to, że realizowane wydarzenia biznesowe w subregionie centralnym mogą silnie oddziaływać na bazę noclegową także w pozostałych subregionach województwa śląskiego. Ponadto obiekty w centralnej części województwa relatywnie rzadziej dysponują przestrzeniami do organizacji imprez plenerowych. Stwarza to płaszczyznę do współpracy z podmiotami z innych subregionów. Swoją specyfikę w obrębie subregionu posiada powiat zawierciański, w którym największa część siedzących miejsc konferencyjnych znajduje się w obiektach noclegowych. Znajduje się on również w czołówce powiatów województwa śląskiego pod względem odsetka obiektów dysponujących przestrzeniami do organizacji imprez plenerowych, co wynika z jego lokalizacji terenie Jury Krajowsko-Częstochowskiej.

Wskaźnik liczby pokoi w bazie noclegowej do liczby miejsc konferencyjnych w obiektach wydarzeń biznesowych jest pozostałych subregionach (południowym, północnym i zachodnim) relatywnie wyższy. Oznacza to większy komfort dla organizatorów wydarzeń biznesowych, zainteresowanych realizacją wydarzeń trwających kilka dni, z noclegami dla uczestników. Ponadto, na ich obszarze znajduje się większy odsetek obiektów dysponujących przestrzeniami do organizacji wydarzeń biznesowych w plenerze. Zidentyfikowany potencjał obiektów konferencyjnych na tym terenie oraz bogate walory przyrodnicze, stanowią o atrakcyjności tych subregionów dla realizacji mniejszych wydarzeń biznesowych.

Na obszarze subregionu południowego występują będące w czołówce pod względem liczby miejsc konferencyjnych powiaty cieszyński, m. Bielsko-Biała, bielski i żywiecki. To co charakterystyczne dla nich to koncentracja potencjału do realizowania spotkań konferencyjnych w obiektach noclegowych. Znajduje się tu obiekt oferujący największą liczbę miejsc konferencyjnych w województwie śląskim, w kategorii obiektów noclegowych (5 524 miejsc konferencyjnych). Oznacza to dużą atrakcyjność tego subregionu dla realizacji kilkudniowych wydarzeń biznesowych i spotkań konferencyjnych o charakterze zamkniętym, z noclegiem dla uczestników. Wyjątkiem w tym subregionie jest m. Bielsko-Biała, gdzie najwięcej miejsc konferencyjnych zlokalizowanych jest w obiektach kulturalnych.

W subregionie północnym wyróżnia się powiat m. Częstochowa, który jest na 7. miejscu w woj. śląskim pod względem łącznej liczby miejsc konferencyjnych. Przy czym potencjał konferencyjny miasta jest mocno rozproszony między różnymi obiektami, a największy zidentyfikowany obiekt wydarzeń dysponuje liczbą miejsc konferencyjnych wynoszącą 660. Pozostałe powiaty tego subregionu wykazują małą i rozproszoną bazę konferencyjną, predestynowaną raczej do realizacji wydarzeń biznesowych typu seminaria, sympozja, szkolenia, warsztaty.

W subregionie zachodnim największy obiekt dla wydarzeń biznesowych znajduje się w Rybniku, oferuje 750 siedzących miejsc konferencyjnych i jest to obiekt sportowy. W pozostałych powiatach subregionu zachodniego siedzące miejsca konferencyjne oferowane są w różnych kategoriach obiektów wydarzeń, w tym także z zapleczem noclegowym. Subregion ten może być szczególnie atrakcyjny dla organizatorów wydarzeń z Polski i pobliskiej Republiki Czeskiej zainteresowanych realizacją konferencji, seminariów czy też szkoleń.

W wyniku badań dla realizacji celów tego Raportu zidentyfikowano także zaangażowanie obiektów wydarzeń biznesowych w realizację i rozwój polityk ESG (Environmental, Social, and Governance), które jest stosunkowo niewielkie. W grupie obiektów noclegowych na takie zaangażowanie wskazało 11,6%, w grupie obiekty konferencyjne/centra wystawiennicze tylko 6,6%, wśród obiektów kultury - 4,6%, taki sam odsetek wśród obiektów sportowych. Najmniejszy odsetek obiektów wydarzeń raportujących wskaźniki ESG odnotowano w grupie szkoły wyższe i placówki edukacyjne - 2,7%, a także wśród obiektów gastronomicznych - 2,3%. Działania w zakresie świadomego zarządzania ESG mogą wpłynąć na konkurencyjność obiektów wydarzeń biznesowych. Organizatorzy wydarzeń mogą wybrać miejsca, które są bardziej przyjazne środowisku naturalnemu, dążą do większej różnorodności kulturowej, dbają o zapewnienie dostępu do wydarzeń osobom z niepełnosprawnościami, czy też obiekty, które są transparentne w zakresie etyki i zasad działalności biznesowej oraz wprowadzają mechanizmy kontroli, które zapobiegają korupcji i nadużyciom. ESG może w przyszłości stać się jednym z kluczowych czynników atrakcyjności obiektów.

Podsumowując, potencjał materialny dla realizacji wydarzeń biznesowych i spotkań konferencyjnych (m.in. obiekty wydarzeń, infrastruktura komunikacyjna, zaplecze noclegowe, ogólna atrakcyjność turystyczna) województwa śląskiego stwarza duże możliwości dla organizowania **zróżnicowanych** specyfiką, rangą, wielkością, czasem trwania, zasięgiem oddziaływania, wydarzeń biznesowych w tym regionie. Dotychczas zrealizowane przez różne instytucje badawcze, badania rynku turystyki biznesowej na poziomie ogólnopolskim (patrz: Załącznik 2) nie pozwalają na bezpośrednie porównania z innymi województwami.

Natomiast analizując potencjał województwa śląskiego dla organizowania wydarzeń biznesowych, zauważalna jest opisana specyfika subregionów. Na tym tle wyróżnia się subregion centralny, w szczególności duże obiekty wydarzeń biznesowych w miastach GZM, które posiadają zasoby pozwalające realizację wielkich międzynarodowych wydarzeń biznesowych, co może przyczynić się do kreowania wizerunku województwa śląskiego jako atrakcyjnej destynacji zagranicą. Subregion centralny dysponuje obiektami wydarzeń biznesowych z największą liczbą siedzących miejsc konferencyjnych w Polsce.

Pozostałe subregiony stanowią mogą szerokie zaplecze dla tych wielkich wydarzeń, szczególnie w zakresie realizacji usług noclegowych i innych, przyczyniając się do wydłużania pobytu gości biznesowych w województwie śląskim. Jednocześnie posiadany przez pozostałe subregiony potencjał organizacji wydarzeń biznesowych stwarza możliwość realizacji na ich terenie konferencji, szkoleń, sympozjów, seminariów, warsztatów, a także imprez motywacyjnych (typu *incentive travel*, *teambuilding*) i innych korporacyjnych, głównie krajowych. Obiekty noclegowe wysokiego standardu znajdujące się w subregionie południowym zapewniają możliwość realizacji wydarzeń biznesowych zamkniętych, dla dużej liczby uczestników danego wydarzenia.

Zidentyfikowane zróżnicowanie potencjału materialnego województwa śląskiego dla realizacji wydarzeń biznesowych, przyczynia się także do jego atrakcyjności na rynku turystyki biznesowej w Polsce oraz zdecydowanie wyróżnia województwo śląskie na tle innych.

INDEKS TERMINÓW I POJĘĆ

<i>l.p.</i>	<i>hasło</i>	<i>strona</i>
1.	Centrum konferencyjne/wystawiennicze	17
2.	Czynniki atrakcyjności miejscowości/regionu	21
3.	Hotel i inne obiekty noclegowe	16
4.	Inny obiekt wydarzeń biznesowych	17, 19
5.	Obiekt kultury	17, 18
6.	Obiekt sportowy	17, 19
7.	Obiekt spotkań	10
8.	Obiekt wydarzeń	6
9.	Obiekt wydarzeń biznesowych	14, 15
10.	Organizator wydarzenia biznesowego	20
11.	Przemysł spotkań	6
12.	Rynek	8
13.	Rynek spotkań	9
14.	Rynek wydarzeń	5, 6, 10, 11, 21
15.	Rynek wydarzeń biznesowych	6, 12
16.	Sala konferencyjna	17, 18
17.	Spotkanie	9
18.	Spotkanie konferencyjne	11
19.	Szkoła wyższa lub inna placówka edukacyjna	17, 18
20.	Uczestnik wydarzenia biznesowego	20
21.	Unique venue	19, 20
22.	Wydarzenie	9
23.	Wydarzenie biznesowe	10, 11, 12
24.	Wydarzenie kulturalne	10
25.	Wydarzenie prywatne	9
26.	Wydarzenie sportowe	10
27.	Zlecniodawca wydarzenia biznesowego	21

Literatura zwarta

1. Bartenev V.: The Global Economy as a Living System: Natural Science Foundations of Macroeconomics. Uniwersytet Warszawski. Wydział Zarządzania. Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 2018
2. Bączek J.: Psychologia eventów. Stageman Polska. Warszawa 2011
3. Begg D., Fischer S., Dornbusch R.: Ekonomia: Mikroekonomia, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1997
4. Berridge G.: Events design and experience. Butterworth- Heinemann, Oxford 2006
5. Bowdin G.: Events management. 3rd ed. Butterworth- Heinemann, London 2011
6. Cieślowski K.: Event marketing. Podstawy teoretyczne i rozwiązania praktyczne. AWF Katowice, Katowice 2016
7. Cieślowski K.: Rynek turystyki konferencyjnej. Tom 1: Podstawy teoretyczne. Funkcjonowanie i rozwój na świecie. AWF Katowice, Katowice 2014
8. Cieślowski K.: Zarządzanie turystyką biznesową. Wybrane aspekty globalne i lokalne. AWF Katowice, Katowice 2015
9. Columbus G., Goldblatt J.: The complete guide to careers in special events: step toward success! Wiley, New York 2010
10. Davidson R., Rogers T.: Marketing destinations and venues for conferences, conventions and business events: a convention and event perspective. Butterworth-Heinemann, Oxford 2006
11. Davidson R.: Business Events. Routledge. Taylor & Francis Group. New York 2019
12. Davidson R.: Business Events. 2nd edition. Routledge, Oxfordshire 2019; Raport. Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce. POT, Warszawa 2021.
13. Getz D.: Event management and event tourism (2nd ed.). Cognizant, New York 2005
14. Getz D.: Event studies: theory, research and policy for planned events. 3rd ed. Routledge. London 2016
15. Goldblatt J.: Special Events: Creating and Sustaining a New World for Celebration, J. Willey & Sons Inc., New Jersey 2014
16. Goldblatt J.: Special Events: Events Leadership for A New World. Hoboken, John Wiley & Sons Inc., New Jersey 2005
17. Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B.: Produkt turystyczny. Pomysł, organizacja, zarządzanie. PWE, Warszawa 2010
18. Kompendium wiedzy o turystyce, Red. G. Gołembski, PWN, Warszawa 2009,
19. McCabe V., Poole B., Weeks P., Leiper N.: The Business and Management of Conventions. John Wiley & Sons, Melbourne 2000
20. Piechota N.: Rola convention bureau w kształtowaniu konkurencyjności miasta. Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Poznań 2021
21. Niestrój R.: Zarządzanie marketingiem. Aspekty strategiczne. PWN, Warszawa-Kraków 1996
22. Preston C.A.: How to successfully promote festivals, conventions, and expositions. Joh Wiley & Sons, New Jersey 2012
23. Rogers T., Davidson R.: Marketing Destinations and Venues for Conferences, Conventions and Business Events. Routledge, New York 2016
24. Sidorkiewicz M., Pawlicz A., Propedeutyka hotelarstwa. Ujęcie ekonomiczne. Difin, Warszawa 2015
25. Swarbrooke J., Horner S.: Business travel and tourism. Butterworth Heinemann, Oxford 2002
26. Wielki słownik języka polskiego. Wydawnictwo Naukowe PWN, T. 4, Warszawa 2018
27. Wrzosek W.: Funkcjonowanie rynku. PWE, Warszawa 2002

1. Alananzeh O., Al-Mkhadmeh A., Shatnawi H.: Events as a tool for community involvement and sustainable regional development: the mediating role of motivation on community attitudes. *Journal of Convention & Event Tourism*, 23:4, pp. 297-317, 2020
2. Borodako K., Zmyślony P.: Sieci biznesowe w turystyce: koncepcja wskaźnika transferu wiedzy dla branży targowej. *Folia Turistica*, 2016, s. 217–235.
3. Brusokas A, Cieślowski K.: Selected Attractiveness Factors of Academic Conferences as a Product on the International Tourism Market *Turyzm/Tourism*, 30(1), 2020, pp. 13-20, doi.org/10.18778/0867-5856.30.1.13
4. Cieślowski K., Kantyka J.: Współczesne obiekty sportowe jako podmioty na rynku turystyki biznesowej w Polsce. *Podstawy funkcjonowania rynku turystycznego, Ekonomiczne Problemy Turystyki*, nr 1 (25), Szczecin 2014, s. 147–163
5. Cieślowski K., Kantyka J.: Wykorzystanie wielkich wydarzeń w promocji miasta – na przykładzie Katowic. *Marketing miejsc – teraźniejszość czy przyszłość? Zeszyty Naukowe*, nr 40 Uczelnia Vistula, Warszawa 2015, s. 29–41
6. Cieślowski K., Typology of event venues on the business tourism market. złożono do publikacji pokonferencyjnej - XIII Międzynarodowa Konferencja Naukowa Turystyka w Naukach Społecznych. *Nowe technologie w nowej rzeczywistości. Instytut Przedsiębiorczości, Uniwersytet Jagielloński, Kraków 2024*
7. Cieślowski 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, s. 278-287*
8. Cieślowski K.: Ekonomiczne skutki spotkań konferencyjnych. W: *Innowacje w przemyśle spotkań. red.: A. Grzegorzczak, J. Majewski, S. Wróblewski. Wyższa Szkoła Promocji, Warszawa 2014, s. 109-128*
9. Cieślowski K.: Hotele jako kluczowe podmioty w procesie kształtowania oferty na rynku turystyki konferencyjnej. W: *Turystyka biznesowa. Zeszyty naukowe nr 24, Wyższa Szkoła Ekonomiczno-Informatyczna, Warszawa 2010, s. 7–23;*
10. Cieślowski K.: Koncentracja geograficzna obiektów spotkań a rozwój przemysłu wydarzeń w województwie śląskim. w: *Ekonomiczne Problemy Turystyki. 3 (35), Szczecin 2016, s.147-159*
11. Cieślowski K.: Problemy badania rynku turystyki konferencyjnej w Polsce. w: *Zeszyty Metodyczno-Naukowe nr 34, Sport i turystyka, aspekty społeczne, ekonomiczne i prawne. red. J. Kantyka, AWF Katowice, Katowice 2012, s. 83-111*
12. Cieślowski K.: Rola wydarzeń w promocji regionów turystycznych. *Prace Naukowe UE we Wrocławiu*, 473/2017, s. 117–127
13. Cieślowski K.: Wydarzenia biznesowe jako produkty współczesnych stadionów sportowych. w: *Kwartalnik Naukowy Uczelni Vistula, Vistula, Warszawa 2018, nr 1 (55), s. 123-136*
14. Davidson R.: Adding pleasure to business: Conventions and tourism. *Journal of Convention and Exhibition Management*, 5(1), 2003, pp. 29–39
15. Getz D., Page S., Stephen J.: Progress and prospects for event tourism research. *Tourism Management, Elsevier*, vol. 52(C), 2016, pp. 593-631
16. Getz D., S. Page: Progress and prospects for event tourism research. *Tourism Management*, 52, 2016, pp. 593–631. doi: 10.1016/j.tourman.2015.03.007
17. Getz D.: Event tourism: Definition, evolution, and research, *Tourism Management*, Vol. 29, Issue 3, 2008, pp. 403-428, doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017
18. Getz D.: Special events: Defining the product. *Tourism Management*, 10(2), 1989, pp. 125-137

19. Hay B.: Events management: An international approach. *Journal of Tourism Futures*, 5(1), 2019, pp. 104–105. doi:10.1108/jtf-03-2017-0008
20. Hosen S.: What is the driving force of globalization? *International Journal of Publication and Social Studies*, 5(2), 2020, doi:10.18488/journal.135.2020.52.90.100
21. Jamal T., Getz D.: Collaboration theory and community tourism planning. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 1995, pp. 186–204, doi.org/10.1016/0160-7383(94)00067-3
22. Jones C, Li S.: The economic importance of meeting and conferences: A satellite account approach. *Annals of Tourism Research*, 52, 2015, pp. 117–133
doi.org/10.1016/j.annals.2015.03.004
23. Kachniewska M.: Czynniki wyboru lokalizacji konferencji i kongresów w ocenie polskich organizatorów. w: *Zarządzanie i organizacja w przemyśle spotkań w Polsce. Teoria i praktyka*, Vistula, Warszawa, 2014, s. 37 – 49
24. Knack S., Zak P.: Building Trust: Public Policy, Interpersonal Trust, and Economic Development. *SSRN Electronic Journal*, 2002, doi:10.2139/ssrn.304640.
25. Knight B., McGee J.: Demand analysis in theory. *Wiley Encyclopedia of Management*, 2015, pp. 1–4. doi:10.1002/9781118785317.weom120078
26. Król P.: Jakie czynniki mają wpływ na wybór obiektu konferencyjnego? Artykuł opublikowany dn.: 21.04.2021, na konferencje.pl
27. Laesak A., Hood G.: Unusual Venues as Conference Facilitates, *Journal of Convention & Exhibition Management*, January 2002, 2:4, pp. 37-63
28. M. Czornik: Miasto i jego produkty. w: *Turystyka miejska. Prawidłowości i determinanty rozwoju*, red. T. Żabińska, UE, Katowice 2013, s. 36-52
29. M. Krzywdzinski, C. Gerber, M. Evers: The social consequences of the Digital Revolution. *Le Grandi Questioni Sociali Del Nostro Tempo*. 2018, doi:10.30687/978-88-6969-273-4/008
30. Piotrowski P.: Zmiany poziomu rozwoju funkcji turystycznej w rejonach turystycznych województwa śląskiego. *Studia Ekonomiczne* 215, UE Katowice 2015, s. 57-73
31. Ryan W., Fenton A., Ahmed W., Scarf P.: Recognizing events 4.0: The digital maturity of events. *International Journal of Event and Festival Management*, 11(1), 2020
doi:10.1108/ijefm-12-2019-0060
32. Zmyślony P., Zieliński M., Leszczyński G.: Rola zaufania w relacjach publiczno-prywatnych na rynku spotkań. w: *Kwartalnik Naukowy Uczelni Vistula*, 2018, s. 175–190.
33. Żabińska T.: Wydarzenie jako produkt turystyczny i narzędzie komunikacji marketingowej. w: *Współczesny Marketing. Trendy, Działania*. red. G. Sobczyk, PWE, Warszawa 2008, s. 502-508

Raporty i inne opracowania

1. Berberka J., Borodako K., Klimek K., Niemczyk A., Seweryn R.: Raport z badań turystyki MICE w Krakowie w latach. 2008-2009. Gestorzy turystyki MICE, Fundacja Uniwersytetu Ekonomicznego, Kraków 2009
2. Bowdin G., McPherson G., Flinn J.: Identifying and Analyzing Existing Research Undertaken in the Events Industry: A Literature Review for People1st'. Association for Events Management Education; Leeds 2006
3. British conference market trends survey 1998. Report, British Tourist Authority, London 1999
4. Celuch K., Dziedzic E.: Raport. Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce 2011. POT, Warszawa 2011
5. Celuch K., Dziedzic E.: Raport. Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce 2011. POT, Warszawa 2011
6. Celuch K.: Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce 2016, POT, Warszawa 2016
7. Celuch K.: Raport. Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce 2012. POT, Warszawa 2013
8. Cieślowski K.: Analiza wybranych uwarunkowań rozwoju rynku eventów biznesowych i edukacyjnych dla podejmowania decyzji inwestycyjnych i zarządzania wielofunkcyjnymi obiektami gastronomicznymi na terenie województwa podkarpackiego. Business Destination Alliance Krzysztof Cieślowski, Rzeszów 2016
9. Cieślowski K.: Kierunki rozwoju przemysłu wydarzeń w Katowicach na lata 2016 - 2020, Wydział Promocji, UM Katowice, Katowice 2016
10. Cieślowski K.: Rynek turystyki konferencyjnej. Tom II. Funkcjonowanie i rozwój w Polsce, Wyd. AWF Katowice, Katowice 2014
11. Cieślowski K.: Rynek wydarzeń w największych miastach Polski w 2022 roku. Etap I. Unia Metropolii Polskich im. P. Adamowicza, Warszawa 2022
12. Cieślowski K.: Rynek wydarzeń w największych miastach Polski. Raport. Etap II. Unia Metropolii Polskich, Warszawa 2023
13. Kalinowska-Żeleźnik A., Górka A., Sudkowska J.: Rynek spotkań w Gdańsku i województwie pomorskim. Gdańsk Convention Bureau, Gdańska Organizacja Turystyczna, Gdańsk 2014
14. Measuring the Economic Importance of the Meetings Industry – Developing a Tourism Satellite Account Extension. World Tourism Organization, Madrid 2006
15. Ogrodnik D.: Rynek obiektów konferencyjnych w Polsce w 2020 r. Raport specjalny. Biznes hotel, Warszawa 2020
16. Poland Events Impact 2019. Wpływ ekonomiczny przemysłu spotkań na gospodarkę Polski. Szkoła Główna Turystyki i Hotelarstwa Vistula, Celuch Consulting, Toruń 2020
17. Program rozwoju turystyki w województwie śląskim 2020+. Projekt. Śląski Urząd Marszałkowski, Katowice 2017
18. Singh P., Vats Y., Vats A., Vats R.: Promotion of events and festivals in the Digital Era. E3S Web of Conferences, 387, 2023, doi:10.1051/e3sconf/202338704006
19. Strategia rozwoju subregionu centralnego województwa śląskiego na lata 2014 – 2020 z perspektywą do 2030 r., ze szczególnym uwzględnieniem zagadnień rozwoju transportu miejskiego, wraz ze strategią dla zintegrowanych inwestycji terytorialnych (ZIT). Centrum Badań i Ekspertyz, UE Katowice, 2014
20. Strategia Rozwoju Turystyki w Województwie Śląskim na lata 2004-2013. Sejmik Województwa Śląskiego, Katowice 2004
21. The Economic Contribution of Meetings Activity in Canada. Meeting Professionals International, Dallas, USA 2008
22. The UK Events Market Trends Survey 2013. Tourism Consulting and Tony Rogers Conference & Event Services, Eventia, TEAM, Birmingham, 2013
23. The UK Events Report 2020, BVEP, London 2020

24. Wróblewski S.: Kongresy – elita przemysłu spotkań. SKKP, Warszawa 2019

Witryny internetowe

1. <https://www.venuefinder.com>
2. www.booking.com
3. www.confero.pl
4. www.e-konferencje.pl
5. www.konferencje.pl
6. www.miejscakonferencyjne.pl
7. www.mojekonferencje.pl
8. www.salebiznesowe.pl
9. www.salekonferencyjne.pl
10. www.stat.gov.pl

SPIS TABEL

Tabela 1. Struktura zatrudnienia w województwie śląskim w roku 2022	24
Tabela 2. Porównanie czasu podróży koleją pomiędzy Katowicami, Krakowem, Warszawą i wybranymi miastami w godzinach i minutach	43
Tabela 3. Porównanie czasu podróży samochodem pomiędzy Katowicami, Krakowem, Warszawą i wybranymi miastami w godzinach i minutach	43
Tabela 4. Liczba obiektów przebadanych w ramach poszczególnych kategorii	44
Tabela 5. Liczba miejsc siedzących w pomieszczeniach konferencyjnych obiektów wydarzeń biznesowych według powiatów i kategorii obiektu wydarzeń	47
Tabela 6. Liczba obiektów dysponująca materialnym potencjałem do obsługi wydarzeń w określonym przedziale miejsc siedzących w podziale na powiaty	52
Tabela 7. Stosunek liczby miejsc/pokoi w hotelach, motelach, pensjonatach (według stanu na 31.06.2023) do liczby miejsc siedzących w salach/pomieszczeniach konferencyjnych w danym powiecie	56
Tabela 8. Charakterystyka powiatów pod względem obiektów dysponujących przestrzenią do organizacji imprez plenerowych	59
Tabela 9. Materialny potencjał usługowy obiektów noclegowych dla realizacji wydarzeń biznesowych z uwzględnieniem liczby miejsc konferencyjnych w podziale na kategorie obiektu i liczby miejsc noclegowych w powiecie	65
Tabela 10. Charakterystyka obiektów noclegowych województwa śląskiego jako obiektów wydarzeń biznesowych	69
Tabela 11. Rozmieszczenie obiektów wydarzeń typu centrum konferencyjne/wystawiennicze w woj. śląskim z uwzględnieniem ich materialnego potencjału do obsługi wydarzeń według powiatów	70
Tabela 12. Charakterystyka obiektów konferencyjnych/ wystawienniczych w woj. śląskim	74
Tabela 13. Rozmieszczenie obiektów wydarzeń typu obiekt kultury w województwie śląskim z uwzględnieniem ich materialnego potencjału do obsługi wydarzeń według powiatów	75
Tabela 14. Charakterystyka obiektów kultury województwa śląskiego jako obiektów wydarzeń biznesowych	79
Tabela 15. Rozmieszczenie obiektów wydarzeń typu obiekt sportowy w woj. śląskim z uwzględnieniem ich materialnego potencjału do obsługi wydarzeń (liczba sal konferencyjnych, liczba miejsc siedzących) według powiatów	81
Tabela 16. Charakterystyka obiektów sportowych województwa śląskiego jako obiektów wydarzeń biznesowych	85
Tabela 17. Rozmieszczenie obiektów wydarzeń typu szkoła wyższa/placówka edukacyjna w woj. śląskim z uwzględnieniem ich materialnego potencjału do obsługi wydarzeń (liczba sal konferencyjnych, liczba miejsc siedzących) według powiatów	86

Tabela 18. Charakterystyka szkół wyższych i placówek edukacyjnych województwa śląskiego jako obiektów wydarzeń biznesowych	90
Tabela 19. Rozmieszczenie obiektów wydarzeń typu obiekt gastronomiczny w woj. Śląskim z uwzględnieniem ich materialnego potencjału do obsługi wydarzeń (liczba sal konferencyjnych, liczba miejsc siedzących) według powiatów.....	92
Tabela 20. Charakterystyka obiektów gastronomicznych województwa śląskiego jako obiektów wydarzeń biznesowych	95
Tabela 21. Obiekty wydarzeń biznesowych w województwie śląskim – podsumowanie	98

SPIS RYSUNKÓW

Rysunek 1 Rynek wydarzeń biznesowych – podmioty i wzajemne relacje	13
Rysunek 2. Wskaźnik gęstości całorocznej bazy noclegowej w powiatach województwa śląskiego, stan na lipiec 2023 (liczba miejsc noclegowych na km ² powierzchni)	34
Rysunek 3. Rozkład pokoi według kategorii hoteli w województwie śląskim (stan na lipiec 2023)	35
Rysunek 4. Struktura bazy noclegowej w poszczególnych powiatach województwa śląskiego z uwzględnieniem kategorii hoteli, moteli, pensjonatów i liczby pokoi (stan na 31 lipca 2023)	36
Rysunek 5. Odsetek pokoi w obiektach 3, 4 i 5 gwiazdkowych zlokalizowany w powiecie dysponującym największą ich liczbą w województwie.....	37
Rysunek 6. Porównanie cen noclegów w wybranych hotelach 3 i 4 gwiazdkowych (w zł).....	39
Rysunek 7. Sieć głównych dróg w województwie śląskim	42
Rysunek 8. Struktura miejsc siedzących w salach/pomieszczeniach konferencyjnych według kategorii obiektu wydarzeń	48
Rysunek 9. Rozmieszczenie obiektów wydarzeń w woj. śląskim z uwzględnieniem ich materialnego potencjału do obsługi wydarzeń w zakresie liczby miejsc siedzących, według kategorii obiektów i powiatów	49
Rysunek 10. Obiekty wydarzeń dysponujące łączną liczbą miejsc siedzących w salach i pomieszczeniach wykorzystywanych na potrzeby organizacji wydarzeń biznesowych wynoszącą minimum 1 000 miejsc	51
Rysunek 11. Gęstość materialnego potencjału do obsługi wydarzeń wyrażonego liczbą miejsc siedzących w obiektach dysponujących salami na spotkania biznesowe przypadających na 1 km ² powierzchni powiatu....	54
Rysunek 12. Gęstość materialnego potencjału obsługi wydarzeń wyrażona liczbą dostępnych miejsc siedzących w obiektach wydarzeń biznesowych przypadających na 1 km ² powierzchni powiatu.....	55
Rysunek 13. Stosunek liczby pokoi w hotelach, motelach, pensjonatach (według stanu na 31.06.2023) do liczby miejsc siedzących w salach/pomieszczeniach konferencyjnych w danym powiecie	58
Rysunek 14. Odsetek obiektów na spotkania biznesowe dysponujących przestrzenią do organizacji wydarzeń plenerowych	61
Rysunek 15. Liczba miejsc siedzących w salach konferencyjnych obiektów noclegowych w podziale na powiaty i kategorie obiektów	64
Rysunek 16. Liczba miejsc siedzących w salach konferencyjnych obiektów noclegowych przypadająca na 1 km ² powierzchni powiatu	66
Rysunek 17. Gęstość materialnego potencjału obsługi wydarzeń wyrażona liczbą dostępnych miejsc siedzących w salach konferencyjnych obiektów noclegowych przypadających na 1 km ² powierzchni powiatu.	67
Rysunek 18. Udogodnienia w obiektach noclegowych wg liczby wskazań	68
Rysunek 19. Liczba miejsc siedzących w obiektach typu centra konferencyjne/wystawiennicze w salach konferencyjnych według powiatów.....	72

Rysunek 20. Gęstość materialnego potencjału obsługi wydarzeń wyrażona liczbą dostępnych miejsc siedzących w centrach konferencyjnych, wystawienniczych na 1 km ² powierzchni powiatu	72
Rysunek 21. Liczba miejsc siedzących w obiektach kategorii centra konferencyjne/wystawiennicze w salach konferencyjnych w podziale na powiaty przypadająca na 1km ² powierzchni powiatu.....	73
Rysunek 22. Liczba miejsc siedzących jaką równocześnie mogą udostępnić obiekty z kategorii obiekty kultury w salach konferencyjnych w podziale na powiaty przypadająca na 1 km ² powierzchni powiatu	77
Rysunek 23. Gęstość materialnego potencjału obsługi wydarzeń wyrażona liczbą dostępnych miejsc siedzących w salach konferencyjnych obiektów kultury przypadających na 1 km ² powierzchni powiatu	78
Rysunek 24. Liczba miejsc siedzących jaką równocześnie mogą udostępnić obiekty z kategorii obiekty sportowe w salach konferencyjnych w podziale na powiaty przypadających na 1 km ² powierzchni powiatu	82
Rysunek 25. Gęstość materialnego potencjału obsługi wydarzeń wyrażona liczbą dostępnych miejsc siedzących w salach konferencyjnych obiektów sportowych przypadających na 1 km ² powierzchni powiatu	83
Rysunek 26. Liczba miejsc siedzących jaką równocześnie mogą udostępnić obiekty w salach konferencyjnych szkół wyższych i placówek edukacyjnych przypadających na 1 km ² powierzchni powiatu	88
Rysunek 27. Gęstość materialnego potencjału obsługi wydarzeń wyrażona liczbą dostępnych miejsc siedzących w salach konferencyjnych szkół wyższych i placówek edukacyjnych przypadających na 1 km ² powierzchni powiatu	89
Rysunek 28. Liczba miejsc siedzących jaką równocześnie mogą udostępnić obiekty w salach konferencyjnych obiektów gastronomicznych przypadająca na 1 km ² powierzchni powiatu.....	93
Rysunek 29. Gęstość materialnego potencjału obsługi wydarzeń wyrażona liczbą dostępnych miejsc siedzących w salach konferencyjnych obiektów gastronomicznych przypadających na 1 km ² powierzchni powiatu	94

ZAŁĄCZNIKI

Załącznik 1 - Grupy obiektów wydarzeń biznesowych w wybranych opracowaniach zagranicznych.....	113
Załącznik 2 - Grupy obiektów wydarzeń biznesowych w wybranych opracowaniach polskich	114
Załącznik 3 - Rodzaje obiektów wydarzeń biznesowych w portalach branżowych w Polsce	115
Załącznik 4 - Zróżnicowanie zakresu przedmiotowego i podmiotowego badań rynku wydarzeń biznesowych na świecie.....	116
Załącznik 5 - Czynniki atrakcyjności destynacji turystycznej na rynku wydarzeń biznesowych w świetle badań na świecie i w Polsce	117
Załącznik 6 - Porównanie cen noclegów w wybranych hotelach 3 i 4 gwiazdkowych	118
Załącznik 7 - Liczba obiektów wydarzeń biznesowych według powiatów i kategorii obiektu wydarzeń.....	120
Załącznik 8 – Obiekty dysponujące największą liczbą miejsc konferencyjnych, w podziale na kategorie obiektów.....	120
Załącznik 9 - Obiekty dysponujące największą liczbą miejsc konferencyjnych w poszczególnych subregionach	122
Załącznik 10 - Liczba obiektów dysponująca materialnym potencjałem do obsługi wydarzeń w danym przedziale miejsc siedzących w podziale na rodzaje obiektów i powiaty.....	124
Załącznik 11 - Lista przebadanych obiektów konferencyjnych i wystawienniczych z liczbą miejsc siedzących.....	130

Załącznik 1 - Grupy obiektów wydarzeń biznesowych w wybranych opracowaniach zagranicznych

opracowanie	Grupy (typy) obiektów wydarzeń	cechy/ opis / komentarz
British conference market trends survey 1998. Report, British Tourist Authority, London 1999	1. Celowo wybudowane obiekty 2. Sale w obiektach użyteczności publicznej 3. Lokalne centra konferencyjne 4. Placówki edukacyjne 5. Hotele poza miastami 6. Hotele miejskie 7. Unique venues	• Wielkie centra kongresowe i konferencyjne • Urzędy administracji publicznej z salami konferencyjnymi wykorzystywanymi czasami dla spotkań konferencyjnych • Obiekty z salami konferencyjnymi, szkoleniowymi, z przestrzenią do nauki, głowie dla mieszkańców i pracowników • np. uniwersytety, chętnie oferujące swoje pomieszczenia komercyjnie – głównie w czasie wakacji • zwykle mniejsza liczba sypialni i miejsc spotkań niż hotele miejskie • hotele z dużą liczbą pokoi i dużą liczbą sal konferencyjnych • obejmuje szeroką gamę wyjątkowych, nietypowych obiektów dla organizacji konferencji, np. jachty
R. Davidson: Business Events. Routledge. Taylor & Francis Group. New York, 2019	Grupa A - obiekty z zapleczem noclegowym: 1. Hotele w centrach miast 2. Hotele na przedmieściach 3. Hotele przy lotniskach 4. Hotele wypoczynkowe 5. Hotele butikowe 6. Centra konferencyjne z zakwaterowaniem Grupa B - Bez zakwaterowania 7. Centra konferencyjne i kongresowe 8. Unique venues	• zorientowany na biznes, wiele pomieszczeń i udogodnień dla spotkań, wygodny dostęp do restauracji, rozrywki • autorzy podkreślają - łatwy dostęp dla lokalnych firm • atrakcyjne niskie koszty dotarcia dla przylatujących z różnych krajów osób, sale mogą wynajmowane na godziny • w atrakcyjnych miejscach, obiekty rekreacyjne, uzdrowiska, może być dostępny do wynajęcia na wyłączność • wysoki standard obsługi i nastawienie na indywidualność, atrakcyjne dla małych spotkań, dla kadry kierowniczej • centra szkoleniowe, dedykowane do organizacji spotkań, biznesowa atmosfera, może być na wyłączność
The Economic Contribution of Meetings Activity in Canada. Meeting Professionals International, Dallas, USA 2008	1. Centra kongresowe/ wystawiennicze 2. Hotele z pow. poniżej 10 tys. stóp kw.; 3. Hotele – pow. 10 tys. stóp kw. 4. Ośrodek wypoczynkowy z zapleczem konferencyjnym (z wyłączeniem hoteli) 5. Miejsce/sale na specjalne okazje (bez sypialni) z zapleczem do spotkań 6. Atrakcja z pomieszczeniami konferen., 7. Uniwersytety z zapleczem konferencyjnym 8. Inne miejsca z zapleczem konferencyjnym 9. Centra kongresowe/ wystawiennicze	• Duże centra kongresowe, gdzie zakwaterowanie jest osobną usługą poza obiektem wydarzeń • To obiekty, które nazywają się centrum konferencyjnym, kasynem, kurortem, apartamentem, zajazdem, schroniskiem itp. Zakwaterowanie jest sprzedane wraz z przestrzenią konferencyjną w ramach jednej umowy. • Musi być zlokalizowany w odległości większej niż 50 kilometrów od dowolnego miasta miejskiego liczącego co najmniej 5000 mieszkańców i posiadać przestrzeń konferencyjną. • Można je zbudować specjalnie na potrzeby wydarzeń lub zmienić przeznaczenie istniejących obiektów (restauracje, bary, sale filmowe, parki publiczne, zamki, obiekty sportowe itp.). Zakwaterowanie nie jest w nich oferowane. • Pomieszczenia można go adaptować na wydarzenia biznesowe. Także parki rozrywki, tory wyścigowe, kina, muzea • Znana instytucja edukacyjna z sypialniami lub bez (zakwaterowanie w akademikach. • Miejsce, którego nie da się opisać żadną inną definicją. • Duże centra kongresowe, gdzie zakwaterowanie jest osobną usługą poza obiektem wydarzeń

Źródło: K. Cieślowski, Typology of event venues on the business tourism market. złożono do publikacji pokonferencyjnej - XIII Międzynarodowa Konferencja Naukowa Turystyka w Naukach Społecznych. Nowe technologie w nowej rzeczywistości. Instytut Przedsiębiorczości, Uniwersytet Jagielloński, Kraków 2024

Załącznik 2 - Grupy obiektów wydarzeń biznesowych w wybranych opracowaniach polskich

opracowanie	Grupy (typy) obiektów wydarzeń	cechy/ opis / komentarz
J. Berberka, K. Borodako, K. Klimek, A. Niemczyk, R. Seweryn: Raport z badań turystyki MICE w Krakowie w latach. 2008-2009. Gestorzy turystyki MICE, Fundacja Uniwersytetu Ekonomicznego, Kraków 2009	1. hotele zlokalizowane w mieście Kraków, 2. inne obiekty noclegowe (motele, pensjonaty itp.), 3. uczelnie wyższe dysponujące odpowiednimi powierzchniami 4. konferencyjnymi i wystawienniczymi, 5. ośrodki rekreacyjne (park wodny, pola golfowe itp.), 6. centra konferencyjno-kongresowe oraz targowe, 7. instytucje kultury (muzea, teatry, centra kultury itp.), 8. firmy szkoleniowe posiadające lokale szkoleniowe w Krakowie	Brak w opracowaniu jednoznacznych kryteriów podziału, opisu ich dla przyporządkowania określonego obiektu do grupy obiektów wydarzeń W dalszej części opracowania autorzy dokonali analizy obiektów z podziałem na: • hotele 2* i 3* • hotele 4* i 5* • uczelnie • instytucje kultury • pozostałe
K. Celuch, E. Dziedzic: Raport. Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce 2011. POT, Warszawa 2011	1. hotele 2. centra konferencyjno-targowe 3. uczelnie wyższe wynajmujące sale (w celu organizacji spotkań) 4. obiekty kulturalne wynajmujące sale (dla organizacji spotkań) 5. obiekty historyczne (zamki, pałace, dwory) 6. inne	W roku 2013 ukazał się raport POT za 2012 obejmujący 22 300 wydarzenia biznesowe zrealizowane w obiektach, które podzielono na 4 grupy (tzw. „miejsca wydarzeń”): • Hotele • Centrum wystawiennicze/Kongresowe • Obiekt/sala na specjalne wydarzenia • Szkoła wyższa
A. Kalinowska-Żeleźnik, A. Górka, J. Sudkowska: Rynek spotkań w Gdańsku i województwie pomorskim. Gdańsk Convention Bureau, Gdańska Organizacja Turystyczna, Gdańsk 2014	1. Hotele/obiekty noclegowe 2. Centra kongresowe 3. Obiekty sportowe 4. Placówki kulturalne 5. Uczelnie wyższe 6. Unique venues	Autorzy wymienili 6 rodzajów obiektów konferencyjnych, podkreślając rosnącą rolę tzw. unique venues, do których autorzy zaliczają m.in. placówki kulturalne, zabytkowe obiekty. Jednak analizy liczby zrealizowanych wydarzeń dokonują z uwzględnieniem grup obiektów proponowanych przez POT: • hotel z zapleczem konferencyjnym • centrum wystawienniczo-konferencyjne • sala na specjalne wydarzenie • szkoła wyższa
S. Wróblewski: Kongresy – elita przemysłu spotkań. SKKP, Warszawa 2019	1. obiekty konferencyjno-eventowe 2. hotele biznesowe 3. centra kongresowe 4. areny sportowe wielofunkcyjne 5. centra kongresowo-konferencyjne 6. biurowce i uczelnie 7. obiekty unikatowe 8. restauracje i kluby	Autor nie wprowadza jednoznacznych kryteriów kwalifikacji określonego obiektu wydarzeń do określonej grupy, ale podaje szacunkowe liczby poszczególnych grup obiektów w Polsce wraz z uzasadnieniem tej liczby.
K. Celuch, J. Berberka, D. Borek, R. Davidson, B. Neuhofer, W. Orłowski, P. Zmysłony: Poland Events Impact. Warszawa 2024	1. centrum wystawiennicze/kongresowe wybudowane w konkretnym celu, 2. hotel 3* z zapleczem konferencyjnym 3. hotel 4* z zapleczem konferencyjnym, 4. hotel 5* z zapleczem konferencyjnym, 5. obiekt kultury, 6. zamek, pałac, dworek, 7. sala konferencyjna w biurowcu, 8. restauracja, posiadająca sale konferencyjne, 9. atrakcja turystyczna z obiektami, 10. hala widowiskowo-sportowa, 11. szkoła wyższa z salami konferencyjnymi	Autorzy wymieniają bardzo szczegółowy podział obiektów wydarzeń (11 rodzajów obiektów), a jednocześnie nie wprowadzają jednolitych kryteriów kwalifikacji określonego obiektu wydarzeń do określonej grupy. Brakuje np.: uzasadnienia kwalifikacji tylko obiektów typu hotel 3, 4, 5 gwiazdkowy, a nie pozostałych, brakuje definicji sala konferencyjna, a pałace i zamki w wielu przypadkach są zarówno hotelami, jak i obiektami kultury.

Źródło: K. Cieślowski, Typology of event venues on the business tourism market. złożono do publikacji pokonferencyjnej - XIII Międzynarodowa Konferencja Naukowa Turystyka w Naukach Społecznych. Nowe technologie w nowej rzeczywistości. Instytut Przedsiębiorczości, Uniwersytet Jagielloński, Kraków 2024

Załącznik 3 - Rodzaje obiektów wydarzeń biznesowych w portalach branżowych w Polsce

Adres www	konferencje.pl	mojekonferencje.pl	salebiznesowe.pl	salekonferencyjne.pl	confero.pl	e-konferencje.pl
I. obiektów	5 403	3 937	3 676	3 180	2 418	2 248
w tym w śląskim	544	262	306	346	438	214
typy obiektów	1. Hotele konferencyjne 2. Sale konferencyjne w biurach 3. Ośrodki konferencyjne 4. Centra kongresowe i targowe 5. Obiekty widowiskowo-sportowe 6. Obiekty kultury 7. Uczelnie 8. Alternatywne 9. Restauracje dla grup 10. Wille, dworki, pałace 11. Ośrodki szkoleniowe 12. Studia do konferencji online 13. Kluby na eventy	1. Pałace, dworki, zamki 2. Hotel ***** 3. Hotel **** 4. Hotel *** 5. Hotel ** 6. Sala konferencyjna 7. Restauracja 8. Hotel SPA 9. Obiekt konferencyjny 10. Sala szkoleniowa	1. Sale konferencyjne w hotelu***** 2. Sale konferencyjne w hotelu**** 3. Sale konferencyjne w hotelu*** 4. Sale konferencyjne w hotelu 5. Sale konferencyjne w pałacu 6. Sale konferencyjne w zamku 7. Sale konferencyjne w dworku 8. Sale konferencyjne w obiekcie konferencyjnym 9. Sale konferencyjne w pensjonacie 10. Inne	1. obiekt konferencyjny 2. hotel 3. ośrodek szkoleniowo-wypoczynkowy 4. pensjonat 5. inny	1. Obiekt hotelowy 2. Ośrodek wypoczynkowo-szkoleniowy 3. Centrum konferencyjne 4. Unikalne miejsce 5. Pensjonat 6. Obiekty kultury 7. Restauracja 8. Hala sportowo-widowiskowa 9. Centrum rekreacji/piknik 10. Muzeum 11. Centrum targowo-kongresowe 12. Statek	1. Apartamentowo-konferenc. 2. Biura coworkingowe 3. Biurowiec 4. Centrum Artystyczne 5. Centrum biurowe 6. Centrum biurowe i szkoleniowe 7. Centrum Handlowe 8. Centrum Konferencyjne 9. Centrum Konferencyjno-Bankietowe 10. Centrum Konferencyjno-Bankietowo-Wypoczynkowe 11. Centrum Konferencyjno-Hotelowe 12. Centrum Konferencyjno-Rekreacyjne 13. Centrum Konferencyjno-Sanatoryjne 14. Centrum Konferencyjno-Szkoleniowe 15. Centrum Konferencyjno-Wypoczynkowe 16. Centrum Szkoleniowe 17. Centrum Wystawienniczo-Konferencyjne 18. Dom Wypoczynkowy 19. Hala Sportowo Widowisk. 20. Hotel 21. Hotel biznesowo-konferencyjny 22. Inny 23. Kamienica 24. Miejsce konferencyjne 25. Organizator Imprez 26. Organizator konferencji, imprez 27. OSiR 28. Ośrodek Konferencyjno-Wypoczynkowy 29. Ośrodek Rekreacyjno-Konferencyjny 30. Ośrodek szkoleń i rekreacji 31. Ośrodek Szkoleniowo-Wypoczynkowy 32. Ośrodek Wczasowo-Rehabilitacyjny 33. Ośrodek Wczasowy 34. Ośrodek Wypoczynkowy 35. Pensjonat 36. Sala(e) Konferencyjne 37. Sala(e) Szkoleniowe 38. Sale wykładowe - uczelnie 39. Sanatorium 40. Uzdrowisko 41. Zespół Konferencyjny
Opis/ komentarz	Brak opisu pojęć i kryteriów podziału	Brak opisu pojęć i kryteriów podziału	Brak opisu pojęć i kryteriów podziału	Brak opisu pojęć i kryteriów podziału	Brak opisu pojęć i kryteriów podziału	Opis czterech typów: hotele, centrum konferencyjne, centrum szkoleniowe, restauracje jako lokale eventowe

Źródło: K. Cieślowski – opracowanie własne

Załącznik 4 - Zróżnicowanie zakresu przedmiotowego i podmiotowego badań rynku wydarzeń biznesowych na świecie

	USA	Australia	Wielka Brytania	Niemcy
Daty realizacji badań	CLC od 1949 roku niemal cyklicznie roku (w 2000 r. zmiana nazwy na CIC)	Lata 1996 – 1997, w 1999, w 2003, od 2009 co roku	od 1994 - najbardziej kompleksowe badania, cykliczne, od 1993 roku badanie strony podażowej	Lata od 1999 do 2000 (później zlecane instytucjom badawczym)
Instytucje badawcze	- Professional Convention Management Association, - Convention Industry Council ¹³⁹ .	- Tourism Australia, - Sustainable Tourism Cooperative Research Centre (STCRC).	- VisitBritain ¹⁴⁰ - British Association of Conference Destination (BACD) - Eventia	- German Convention Bureau, - German National Tourist Board.
Raporty	- Meetings Market Survey, - Convention Income Survey - The Economic Significance of Meetings to the U.S. Economy	- Meetings Make Their Mark - National Business Events Study	- UK Conference Market Survey - The British Conference Venues Survey - The International Passenger Survey	- The German Meetings and Conventions Market, - Meeting & Event Barometer.
Przedmiot największych badań	- przeciętny budżet spotkania, konferencji, - struktura budżetu według kategorii wydatków, - sposoby rejestracji, - liczba imprez organizowanych w ciągu roku, według rodzajów - oszacowanie ekonomicznych skutków turystyki biznesowej dla gospodarki USA	- liczbę konferencji i uczestników (z uwzględnieniem rodzajów obiektów) - długość spotkania - cechy demograficzne i społeczne uczestników, - wydatki uczestników: zagranicznych, krajowych.	- struktura obiektów wydarzeń - liczba konferencji krajowych i międzynarodowych - liczba uczestników z kraju i zagranicy - liczba miejsc konferencyjnych, ich rodzaje, najczęściej preferowane - liczba konferencji na targach i wystawach - średni dochód z jednego uczestnika - cechy społ.-demograf. uczestników	- liczba obiektów według rodzajów, - liczba imprez, liczba uczestników, - imprezy, łączone z wystawami, - długość konferencji, - rozkład konferencji w roku, tygodniu, - kluczowe czynniki wyboru miejsca - budżet w przeliczeniu na uczestnika, - miasta najczęściej wybierane - cechy uczestników.
Podmioty uczestniczące w badaniach	- uczestnicy, - zlecniodawcy, - dostawcy usług częściowych (m.in. obiekty, organizatorzy).	- obiekty konferencyjne, - uczestnicy konferencji, targów i wystaw, - zlecniodawcy konferencji.	- obiekty konferencyjne, - zlecniodawcy, - uczestnicy konferencji.	- dostawcy usług (obiekty i organizatorzy), - zlecniodawcy (planiści), - uczestnicy spotkań.

Źródło: K. Cieślowski. Rynek turystyki konferencyjnej. Tom I. Podstawy teoretyczne. Funkcjonowanie i rozwój na świecie. AWF Katowice, Katowice 2014, s. 84-86

¹³⁹ do 2000 r. nazwa CLC (Convention Liaison Council)

¹⁴⁰ dawniej BTA (British Tourist Authority)

Załącznik 5 - Czynniki atrakcyjności destynacji turystycznej na rynku wydarzeń biznesowych w świetle badań na świecie i w Polsce

państwo	Polska	Australia	Belgia	Niemcy	Wielka Brytania	USA
Kryteria wyboru destynacji dla realizacji wydarzeń biznesowych w opinii organizatorów	1. Dostępność usług towarzyszących 2. Dostępność przestrzeni wystawowej 3. Dostępność transportowa 4. Wcześniejsze doświadczenia z daną miejscowością 5. Całkowity koszt organizacji wydarzenia 6. Liczba hoteli najwyższej kategorii 7. Reputacja danej lokalizacji w zakresie organizacji wydarzeń 8. Poziom bezpieczeństwa 9. Wybór restauracji 10. Wizerunek miejscowości	1. Dostępność komunikacyjna (transportowa), 2. Wsparcie lokalnych instytucji, 3. Możliwości organizacji wyjątkowej/unikalnej konferencji, 4. Możliwości zakwaterowania, 5. Udogodnienia ogólne dla spotkań konferencyjnych, 6. Dostępność informacyjna, 7. Stan środowiska naturalnego, 8. Inne (np.: koszty organizacji, możliwość promocji organizacji wśród nowych członków, i aspekt „nowości” miejsca dla delegatów)	1. Dostępność komunikacyjna (transportowa), 2. Koszty ogólne pobytu, 3. Oryginalność miejsca, 4. Materialny potencjał usługowy, noclegowy 5. Infrastruktura ogólna, 6. Profesjonalizm obsługi i organizacji, 7. Doskonale wyposażone sale spotkań, 8. Warunki klimatyczne, 9. Inne (kultura, powiązania biznesowe z firmami)	1. Dostępność komunikacyjna: (bezpośrednie połączenie z autostradą, stacje kolejowe dla linii “intercity”, odległość od najbliższego lotniska międzynarodowego), 2. Baza noclegowa (pojemność noclegowa; wskaźnik rozwoju funkcji turystycznej, przeciętna wielkość obiektu noclegowego, siedziba hoteli sieci międzynarodowych) 3. Wielkie sale konferencyjne 4. Siedziba organizatora targów i dużych wydarzeń imprez 5. Siedziba uniwersytetu i placówek naukowych	1. Dostępność hoteli i innych odpowiednich dla danego spotkania obiektów wydarzeń 2. Przystępność cenowa miejsca i usług 3. Poziom bezpieczeństwa, 4. Dostępność transportowa 5. Odległość dla uczestników	1. Dostępność sal konferencyjnych 2. Jakość obsługi hotelowej 3. Dostępność pokoi hotelowych 4. Bezpieczeństwo 5. Czystość i atrakcyjność lokalizacji 6. Łatwość dostępu drogą powietrzną 7. Koszty wyżywienia i zakwaterowania 8. Ogólna dostępność finansowa

Źródło: na podstawie K. Cieślowski: Rynek turystyki konferencyjnej. Tom I. Podstawy teoretyczne. Funkcjonowanie i rozwój na świecie. AWF Katowice, Katowice 2014, s. 145; M. Kachniewska, Czynniki wyboru lokalizacji konferencji i kongresów w ocenie polskich organizatorów. w: Zarządzanie i organizacja w przemyśle spotkań w Polsce. Teoria i praktyka, Vistula, Warszawa, 2014, s. 37 – 49; P. Król: Jakie czynniki mają wpływ na wybór obiektu konferencyjnego? Artykuł publikacja dn.: 21.04.2021, na www.konferencje.pl (dost. 20.12.2023)

Załącznik 6 - Porównanie cen noclegów w wybranych hotelach 3 i 4 gwiazdkowych

Województwo	Miejscowość	Nazwa hotelu 4 gwiazdkowego	Najniższa cena za dwa noclegi dla 1 osoby	Nazwa hotelu 3gwiazdkowego	Najniższa cena za dwa noclegi dla 1 osoby
Dolnośląskie	Karpacz	Alpejski Boutique Hotel*	1080	Hotel Rezydencja	1106
Dolnośląskie	Wrocław	Hotel Plus Wrocław	950	Ibis Styles Wrocław Centrum	638
Kujawsko-Pomorskie	Bydgoszcz	Mercure Bydgoszcz Sepia	766	Hotel Kuźnia	500
Kujawsko-Pomorskie	Ciechocinek	Hotel Amazonka Conference and Spa	742	Hotel Kopernik	400
Kujawsko-Pomorskie	Toruń	Copernicus Hotel Toruń	1170	Hotel Retman	400
Lubelskie	Kazimierz Dolny	Hotel Król Kazimierz*	996	Hotel Villa Bohema	502
Lubelskie	Lublin	Focus Hotel Premium Lublin	608	Hotel restauracja Browar Lwów	523
Lubuskie	Słubice	Brak hotelu, cena szacunkowa	822,74	Hotel Relax	530
Lubuskie	Zielona Góra	Ruben Hotel	904	City Boutique Hotel	610
Lubuskie	Gorzów Wielkopolski	Qubus Hotel Gorzów Wielkopolski	1018	Bulvar Hotel	720
Łódzkie	Uniejów	Hotel Uniejów*	725	Hotel Browar Wiatr	764
Łódzkie	Łódź	Hotel Pietryna	976	Campanile Łódź	502
Małopolskie	Kraków	Mercure Kraków Stare Miasto	1460	Ibis Kraków Stare Miasto	576
Małopolskie	Zakopane	Grand Hotel Stary	1190	Hotel Sabała	1164
Mazowieckie	Serock	Hotel Narvil Conference & Spa	1374	Złoty Lin	540
Mazowieckie	Warszawa	NYX Hotel Warsaw by Leonardo Hotels	1341	Hotel Metropol	1103
Opolskie	Kędzierzyn-Koźle	Brak hotelu, cena szacunkowa	1137	Hotel Court Wellness&Spa	780
Opolskie	Opole	Hotel DeSilva Premium	750	Mercure Opole	504
Podkarpackie	Ustrzyki Dolne	Hotel Arłamów	1110	Hotel Perła Bieszczadów Geovita	544
Podkarpackie	Rzeszów	Hotel Rzeszów	1022	Hotel Hubertus	708
Podlaskie	Białowieża	Hotel Żubrówka Spa & Wellness	854	Hotel Białowiecki Conference, Wellness & SPA	856
Podlaskie	Białystok	Best Western Hotel Cristal	800	Hampton by Hilton	704
Pomorskie	Sopot	Bajonn Boutique Hotel	974	Focus Hotel Premium	735

Pomorskie	Gdańsk	Scandic Hotel	834	Hotel Wolne Miasto	604
Śląskie	Wisła	Hotel Gołębiowski Wisła	1233	Hotel New Wave	906
Śląskie	Katowice	Mercure Katowice Centrum	902	Best Western Hotel Mariacki Katowice	899
Świętokrzyskie	Busko-Zdrój	Hotel Polonia PARK Medical Center & Spa*	711	Hotel Gromada Medical SPA	460
Świętokrzyskie	Kielce	Qubus Hotel Kielce	696	Hotel Dal Kielce	578
Warmińsko-mazurskie	Mikołajki	Hotel Gołębiowski-Mikołajki*	1540	Hotel Santa Monica	686
Warmińsko-mazurskie	Olsztyn	Hotel Wileński	739	Warmiński Hotel & Conference	558
Wielkopolskie	Piła	Arche Hotel Piła	696	Hotel Gromada	460
Wielkopolskie	Poznań	Hotel Mercure Poznań Centrum	789	Ibis Poznań Centrum	639
Zachodniopomorskie	Kołobrzeg	Hotel Diva Spa	752	Jantar Hotel & SPA	644
Zachodniopomorskie	Szczecin	Grand Focus Hotel szczecin	878	Hotel Victoria	440

Źródło: opracowanie własne na podstawie cen noclegów opublikowanych na platformie booking.com w dniu 9.02.2024. Ceny za nocleg w dniach 9-11.04.2024. *z uwagi na brak dworca kolejowego w miejscowości brano pod uwagę obiekt położony najbliżej centrum

Załącznik 7 - Liczba obiektów wydarzeń biznesowych według powiatów i kategorii obiektu wydarzeń

	Obiekty noclegowe	Centra konferencyjne	Obiekty kulturalne	Obiekty sportowe	Szkoły wyższe i placówki edukacyjne	Obiekty gastronomiczne	Pozostałe obiekty wydarzeń	Suma (liczba obiektów w powiecie)
będziński	11	1	8	4	4	2		30
bielski	15		5	1	3	4		28
Bielsko-Biała	11	1	13	3	19	14		61
bieruńsko-lędziański	1		2	1	1	2		7
Bytom	4		6	3	8	6		27
Chorzów	4		4	3	6	7	1	25
cieszyński	49		9	3	6	12	1	80
Częstochowa	12	1	2	1	22	18	1	57
częstochowski	3		2	3	3	5		16
Dąbrowa Górnicza	7	2	2		4	3		18
Gliwice	14	4	3	2	6	23		52
gliwicki	4		2	4	3	6		19
Jastrzębie-Zdrój	2		1	1	6	4		14
Jaworzno	2	1	3		5	7		18
Katowice	27	14	23	4	26	34	1	129
kłobucki			2	1				3
lubliniecki	5		3		3	3		14
mikołowski	9	1	4	3		9		26
Mysłowice			3	2	1	4		10
myszkowski	4		1	2		2		9
Piekary Śląskie	4		1	1	1	1		8
pszczyński	5		2	2	6	7		22
raciborski	7		7	1	2	5		22
Ruda Śląska	2		5	1	1	5	1	15
rybnicki				1		4		5
Rybnik	7	1	3	1	6	4	1	23
Siemianowice Śląskie	1		5	1		1		8
Sosnowiec	3		4	7	8	14	1	37
Świętochłowice			1	1		4		6
tarnogórski	9	1	3	2	5	11	1	32

Tychy	7	1	6	1	5	8	1	29
wodzisławski	2	1	2	3	4	6		18
Zabrze	3		5	2	4	10		24
zawierciański	10		5	2	6	3		26
Żory	2	1	1		1	3		8
żywiecki	20		4		10	7		41
	266	30	152	67	185	258	9	967

Źródło: opracowanie własne

Załącznik 8 – Obiekty dysponujące największą liczbą miejsc konferencyjnych, w podziale na kategorie obiektów

M.	Nazwa obiektu	Lokalizacja	Maksymalna (łącznie) liczba miejsc siedzących jaką równocześnie może udostępnić obiekt w salach konferencyjnych (w nawiasie liczba miejsc noclegowych w obiekcie)
Obiekty Noclegowe			
1	Hotel Gołębiowski	Wisła	5524 (1120)
2	Magnus Resort	Bystra	1500 (160)
3	Hotel Stok	Wisła	1475 (430)
4	Diamant	Zabrze	1299 (104)
5	Hotel Klimczok sp. z o.o.	Szczyrk	1100 (300)
6	Hotel Crystal Mountain*****	Wisła	950 (982)
7	Park Inn by Radisson	Katowice	875 (336)
8	Meta Resort Vine & Spa	Szczyrk	840 (270)
9	Hotel Marysin Dwór	Katowice	800 (150)
10	Park Hotel Diamant	Zabrze	765 (114)
Obiekty konferencyjne/wystawiennicze			
1	Międzynarodowe Centrum Kongresowe	Katowice	10000
2	Centrum Edukacyjno-Kongresowe Politechniki Śląskiej	Gliwice	1300
3	PreZero Arena	Gliwice	910
4	Gliwickie Centrum Naukowo-Technologiczne CECHOWNIA	Gliwice	260
5	Śląska Okręgowa Izba Inżynierów Budownictwa	Katowice	210
6	Centrum Aktywności w Mikołowie	Mikołów	197
7	Okręgowa Izba Przemysłowo-Handlowa	Tychy	150
8	Fabryka Pełna Życia	Dąbrowa Górnicza	120
9	Regionalna Izba Gospodarcza w Katowicach	Katowice	120
10	D9 space	Katowice	118
Obiekty kulturalne			
1	Dom Muzyki i Tańca	Zabrze	2008
2	Narodowa Orkiestra Symfoniczna Polskiego Radia z Siedzibą w Katowicach	Katowice	1979
3	Muzeum Górnictwa Węglowego w Zabrzu	Zabrze	1380
4	BROWAR OBYWATELSKI	Tychy	1300
5	Katowice Miasto Ogrodów - Instytucja Kultury im. Krystyny Bochenek	Katowice	1283
6	Pałac Kultury Zagłębia	Dąbrowa Górnicza	1210
7	Muzeum Hutnictwa Cynku Walcownia	Katowice	1200
8	Galeria Szyb Wilson	Katowice	1100
9	Cavatina Hall	Bielsko - Biała	1055
10	Miejskie Centrum Kultury i Kluby Środowiskowe	Żywiec	1000
Obiekty sportowe			
1	Hala Spodek	Katowice	11000

2	Wielofunkcyjna Hala Widowiskowo-Sportowa im. Cieszyńskich Olimpijczyków	Cieszyn	1810
3	Stadion Śląski	Chorzów	1802
4	Hala BKS Stal Bielsko-Biała	Bielsko - Biała	1400
5	Hala Widowiskowo-Sportowa	Sosnowiec	1400
6	Hala Sportowa MORIS Chorzów	Chorzów	1100
7	Hala Widowiskowo-Sportowa	Rybnik	750
8	Hala Widowiskowo Sportowa MOSiR	Czeladź	540
9	MOSiR Sosnowiec	Sosnowiec	500
10	Stadion Miejski w Tychach	Tychy	500
Szkoły wyższe i placówki edukacyjne			
1	Uniwersytet Śląski (Wydział Nauk Humanistycznych)	Sosnowiec	2340
2	Budynek Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Śląskiego	Katowice	2100
3	Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach	Katowice	1200
4	Uniwersytet Śląski	Katowice	1113
5	Uniwersytet Śląski (Wydział Nauk Przyrodniczych)	Sosnowiec	1060
6	Uniwersyteckie I Lo im. J. Słowackiego	Chorzów	850
7	Śląski Uniwersytet Medyczny	Katowice	800
8	Uniwersytet Bielsko-Bialski	Bielsko - Biała	788
9	Szkoła Podstawowa nr 2 im. Jana Pawła II	Poręba	688
10	Akademia Sztuk Pięknych w Katowicach	Katowice	674
Obiekty gastronomiczne			
1	Polcar Restauracja	Kolonia Poczesna	420
2	Karczma Pod Lotniskiem	Bielsko - Biała	400
3	Restauracja Capitol	Suszec	350
4	Karczma Wrazidlok	Nieborowice	300
5	Impal Polska Restauracja Antracyt	Jastrzębie-Zdrój	300
6	Malaga	Częstochowa	250
7	Biały Dom. Restauracja	Łaziska Górne	250
8	Kalinowy Park	Sosnowiec	250
9	Rapsodia	Tychy	250
10	Impresja	Zabrze	250

Źródło: opracowanie własne

Załącznik 9 - Obiekty dysponujące największą liczbą miejsc konferencyjnych w poszczególnych subregionach

m.	Nazwa obiektu	Lokalizacja	Maksymalna (łącznie) liczba miejsc siedzących jaką równocześnie może udostępnić obiekt w salach konferencyjnych (w nawiasie liczba miejsc noclegowych w obiekcie)
Subregion PÓŁNOCNY			
1	Arche Hotel Częstochowa	Częstochowa	660 (287)
2	Akademia Polonijna	Częstochowa	500
3	Miejski Ośrodek Kultury im. Władysława Sebyły	Kłobuck	500
4	Polcar Restauracja	Kolonia Poczesna	420
5	Uniwersytet Jana Długosza w Częstochowie - budynek dydaktyczny	Częstochowa	411
6	Uniwersytet Jana Długosza w Częstochowie Budynek dydaktyczny	Częstochowa	400
7	Częstochowski Park Przemysłowo Technologiczny	Częstochowa	300
8	Hotel Scout Sp. z o.o.	Częstochowa	300 (120)
9	Hotel Kmicic	Złoty Potok	300 (150)
10	Hala- Studium Wychowania Fizycznego i Sportu Politechniki Częstochowskiej	Częstochowa	299
Subregion CENTRALNY			
1	Hala Spodek	Katowice	11000
2	Międzynarodowe Centrum Kongresowe	Katowice	10000
3	Uniwersytet Śląski (Wydział Nauk Przyrodniczych)	Sosnowiec	2340
4	Budynek Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Śląskiego	Katowice	2100
5	Dom Muzyki i Tańca	Zabrze	2008
6	Narodowa Orkiestra Symfoniczna Polskiego Radia z Siedzibą w Katowicach	Katowice	1979
7	Stadion Śląski	Chorzów	1802
8	Hala Widowiskowo-Sportowa	Sosnowiec	1400
9	Muzeum Górnictwa Węglowego w Zabrzu	Zabrze	1380
10	Centrum Edukacyjno-Kongresowe Politechniki Śląskiej	Gliwice	1300
Subregion ZACHODNI			
1	Hala Widowiskowo-Sportowa	Rybnik	750
2	Teatr Ziemi Rybnickiej	Rybnik	635
3	Rege Dom Weselny & Restauracja & Hotel	Bieńkowice	520 (80)
4	Miejski Ośrodek Kultury w Radlinie	Radlin	393
5	Kompleks Dąbrówka	Jastrzębie-Zdrój	380 (105)
6	Moksir Kuźnia Raciborska	Kuźnia Raciborska	380
7	Impal Polska Restauracja Antracyt	Jastrzębie-Zdrój	300
8	Leśna Polana Sp. z o.o.	Nędza	300 (60)
9	Hotel Racibor sp. z o.o.	Racibórz	300 (70)
10	Hotel Politański	Rybnik	270 (120)
Subregion POŁUDNIOWY			
1	Hotel Gołębiowski w Wiśle	Wiśła	5524 (1120)

2	Wielofunkcyjna Hala Widowiskowo-Sportowa im. Cieszyńskich Olimpijczyków	Cieszyn	1810
3	Magnus Resort	Bystra	1500 (160)
4	Hotel Stok	Wisła	1475 (430)
5	Hala BKS Stal Bielsko-Biała	Bielsko - Biała	1400
6	Hotel Klimczok sp. z o.o.	Szczyrk	1100 (300)
7	Cavatina Hall	Bielsko - Biała	1055
8	Miejskie Centrum Kultury i Kluby Środowiskowe	Żywiec	1000
9	Hotel Crystal Mountain*****	Wisła	950 (982)
10	Meta Resort Vine & Spa	Szczyrk	840 (270)

Źródło: opracowanie własne

Załącznik 10 - Liczba obiektów dysponująca materialnym potencjałem do obsługi wydarzeń w danym przedziale miejsc siedzących w podziale na rodzaje obiektów i powiaty

a. Obiekty noclegowe

Nazwa powiatu	Liczba obiektów noclegowych dysponujących miejscami siedzącymi w określonym przedziale liczbowym						Suma obiektów
	1000+	500-999	250-499	100-249	50-99	poniżej 50	
będziński	0	0	2	4	2	2	10
bielski	2	1	3	2	1	5	14
Bielsko-Biała	0	0	5	3	2	1	11
bieruńsko-lędzki	0	0	1	0	0	0	1
Bytom	0	0	0	1	1	2	4
Chorzów	0	2	2	0	0	0	4
cieszyński	2	1	6	17	11	12	49
Częstochowa	0	1	2	3	3	3	12
częstochowski	0	0	1	1	0	1	3
Dąbrowa Górnicza	0	0	1	2	3	1	7
Gliwice	0	0	2	5	4	3	14
gliwicki	0	0	1	2	0	1	4
Jastrzębie-Zdrój	0	0	1	1	0	0	2
Jaworzno	0	0	0	1	1	0	2
Katowice	0	3	4	3	7	8	25
kłobucki	0	0	0	0	0	0	0
lubliniecki	0	0	1	2	1	1	5
mikołowski	0	0	3	3	2	1	9
Mysłowice	0	0	0	0	0	0	0
myszkowski	0	0	0	1	3	0	4
Piekary Śląskie	0	1	1	1	1	0	4
pszczyński	0	0	3	1	0	1	5
raciborski	0	1	2	1	2	1	7
Ruda Śląska	0	1	1	0	0	0	2
rybnicki	0	0	0	0	0	0	0
Rybnik	0	0	1	3	0	3	7
Siemianowice Śl.	0	1	0	0	0	0	1
Sosnowiec	0	0	3	0	0	0	3
Świętochłowice	0	0	0	0	0	0	0
tarnogórski	0	0	2	3	2	2	9
Tychy	0	0	1	4	1	1	7
wodzisławski	0	0	0	2	0	0	2
Zabrze	1	1	0	1	0	0	3
zawierciański	0	2	1	7	0	0	10
Żory	0	0	0	1	1	0	2
żywiecki	0	0	5	6	5	4	20
RAZEM	5	15	55	81	53	53	262

Źródło: opracowanie własne

b. Centra konferencyjne

Nazwa powiatu	Liczba obiektów typu centra konferencyjne dysponujących miejscami siedzącymi w określonym przedziale liczbowym						Suma obiektów
	1000+	500-999	250-499	100-249	50-99	poniżej 50	
będziński	0	0	0	0	1	0	1
bielski	0	0	0	0	0	0	0
Bielsko-Biała	0	0	0	0	0	1	1
bieruńsko-lędziański	0	0	0	0	0	0	0
Bytom	0	0	0	0	0	0	0
Chorzów	0	0	0	0	0	0	0
cieszyński	0	0	0	0	0	0	0
Częstochowa	0	0	0	0	1	0	1
częstochowski	0	0	0	0	0	0	0
Dąbrowa Górnicza	0	0	0	1	1	0	2
Gliwice	1	1	1	0	0	1	4
gliwicki	0	0	0	0	0	0	0
Jastrzębie-Zdrój	0	0	0	0	0	0	0
Jaworzno	0	0	0	1	0	0	1
Katowice	1	0	0	3	4	6	14
kłobucki	0	0	0	1	0	0	1
lubliniecki	0	0	0	0	0	0	0
mikołowski	0	0	0	0	0	0	0
Mysłowice	0	0	0	0	0	0	0
myszkowski	0	0	0	0	0	0	0
Piekary Śląskie	0	0	0	0	0	0	0
pszczyński	0	0	0	0	0	0	0
raciborski	0	0	0	0	0	0	0
Ruda Śląska	0	0	0	0	0	0	0
rybnicki	0	0	0	0	0	0	0
Rybnik	0	0	0	0	0	1	1
Siemianowice Śl.	0	0	0	0	0	0	0
Sosnowiec	0	0	0	0	0	0	0
Świętochłowice	0	0	0	0	0	0	0
tarnogórski	0	0	0	0	0	1	1
Tychy	0	0	0	1	0	0	1
wodzisławski	0	0	0	0	0	1	1
Zabrze	0	0	0	0	0	0	0
zawierciański	0	0	0	0	0	0	0
Żory	0	0	0	0	0	1	1
żywiecki	0	0	0	0	0	0	0
RAZEM	2	1	1	7	7	12	30

Źródło: opracowanie własne

c. Obiekty kulturalne

Nazwa powiatu	Liczba obiektów typu obiekty kulturalne dysponujących miejscami siedzącymi w określonym przedziale liczbowym						Suma obiektów
	1000+	500-999	250-499	100-249	50-99	poniżej 50	
będziński	0	0	2	4	1	1	8
bielski	0	0	1	1	2	1	5
Bielsko-Biała	1	0	1	8	1	2	13
bieruńsko-lędziański	0	0	0	0	2	0	2

Bytom	0	2	1	1	1	1	6
Chorzów	0	1	0	2	1	0	4
cieszyński	0	0	0	3	3	3	9
Częstochowa	0	0	0	2	0	0	2
częstochowski	0	0	0	0	1	1	2
Dąbrowa Górnicza	1	0	0	0	1	0	2
Gliwice	0	0	1	0	1	1	3
gliwicki	0	0	1	1	0	0	2
Jastrzębie-Zdrój	0	0	0	1	0	0	1
Jaworzno	0	0	0	1	1	1	3
Katowice	4	2	5	5	4	2	22
kłobucki	0	1	0	1	0	0	2
lubliniecki	0	0	1	1	1	0	3
mikołowski	0	0	1	2	0	1	4
Mysłowice	0	1	1	0	1	0	3
myszkowski	0	0	0	0	1	0	1
Piekary Śląskie	0	0	1	0	0	0	1
pszczyński	0	1	1	0	0	0	2
raciborski	0	0	1	4	2	0	7
Ruda Śląska	0	1	1	1	1	1	5
rybnicki	0	0	0	0	0	0	0
Rybnik	0	1	0	2	0	0	3
Siemianowice Śl.	0	0	0	3	1	1	5
Sosnowiec	0	0	1	1	1	1	4
Świętochłowice	0	0	0	0	1	0	1
tarnogórski	0	0	1	1	1	0	3
Tychy	1	0	1	0	1	3	6
wodzisławski	0	0	1	1	0	0	2
Zabrze	2	1	1	0	0	1	5
zawierciański	0	1	0	1	2	1	5
Żory	0	0	0	0	1	0	1
żywiecki	1	0	0	1	0	2	4
RAZEM	10	12	24	48	33	24	151

Źródło: opracowanie własne

d. Obiekty sportowe

Nazwa powiatu	Liczba obiektów typu obiekty sportowe dysponujących miejscami siedzącymi w określonym przedziale liczbowym						Suma obiektów
	1000+	500-999	250-499	100-249	50-99	poniżej 50	
będziński	0	1	1	1	0	1	4
bielski	0	0	1	0	0	0	1
Bielsko-Biała	1	0	0	1	0	1	3
bieruńsko-lędziański	0	0	0	1	0	0	1
Bytom	0	0	0	0	1	2	3
Chorzów	2	0	0	1	0	0	3
cieszyński	1	0	0	0	2	0	3
Częstochowa	0	0	0	1	0	0	1
częstochowski	0	0	0	0	1	2	3
Dąbrowa Górnicza	0	0	0	0	0	0	0
Gliwice	0	0	1	0	0	0	1
gliwicki	0	0	0	2	0	2	4

Jastrzębie-Zdrój	0	0	0	0	1	0	1
Jaworzno	0	0	0	0	0	0	0
Katowice	1	0	0	0	0	3	4
kłobucki	0	0	0	0	1	0	1
lubliniecki	0	0	0	0	0	0	0
mikołowski	0	0	0	2	1	0	3
Mysłowice	0	0	0	1	0	1	2
myszkowski	0	0	0	0	0	2	2
Piekary Śląskie	0	0	0	0	0	1	1
pszczyński	0	0	1	1	0	0	2
raciborski	0	0	0	0	0	1	1
Ruda Śląska	0	0	0	1	0	0	1
rybnicki	0	0	0	0	1	0	1
Rybnik	0	1	0	0	0	0	1
Siemianowice Śl.	0	0	0	1	0	0	1
Sosnowiec	1	1	1	1	1	2	7
Świętochłowice	0	0	0	1	0	0	1
tarnogórski	0	0	0	0	2	0	2
Tychy	0	1	0	0	0	0	1
wodzisławski	0	0	0	0	3	0	3
Zabrze	0	0	1	0	0	1	2
zawierciański	0	0	0	1	0	1	2
Żory	0	0	0	0	0	0	0
żywiecki	0	0	0	0	0	0	0
RAZEM	6	4	6	16	14	20	66

Źródło: opracowanie własne

e. Szkoły wyższe i placówki edukacyjne

Nazwa powiatu	Liczba obiektów typu szkoły wyższe i placówki edukacyjne dysponujących miejscami siedzącymi w określonym przedziale liczbowym						Suma obiektów
	1000+	500-999	250-499	100-249	50-99	poniżej 50	
będziński	0	0	0	0	1	3	4
bielski	0	0	0	2	1	0	3
Bielsko-Biała	0	2	0	3	8	6	19
bieruńsko-lędziański	0	0	1	0	0	0	1
Bytom	0	0	0	3	3	2	8
Chorzów	0	1	1	1	1	2	6
cieszyński	0	0	1	1	1	3	6
Częstochowa	0	1	5	4	4	8	22
częstochowski	0	0	0	0	0	3	3
Dąbrowa Górnicza	0	0	0	2	1	1	4
Gliwice	0	0	0	0	2	4	6
gliwicki	0	0	0	1	1	1	3
Jastrzębie-Zdrój	0	0	0	1	2	3	6
Jaworzno	0	0	0	1	2	2	5
Katowice	3	4	4	3	2	10	26
kłobucki	0	0	0	0	0	0	0
lubliniecki	0	0	0	1	1	1	3
mikołowski	0	0	0	0	0	0	0
Mysłowice	0	0	0	0	0	1	1

myszkowski	0	0	0	0	0	0	0
Piekary Śląskie	0	0	0	1	0	0	0
pszczyński	0	0	0	2	2	2	6
raciborski	0	0	0	0	0	2	2
Ruda Śląska	0	1	0	0	0	0	1
rybnicki	0	0	0	0	0	0	0
Rybnik	0	0	0	2	1	3	6
Siemianowice Śl.	0	0	0	0	0	0	0
Sosnowiec	2	1	1	1	1	2	8
Świętochłowice	0	0	0	0	0	0	0
tarnogórski	0	0	1	1	1	2	5
Tychy	0	0	0	1	1	3	5
wodzisławski	0	0	0	1	0	3	4
Zabrze	0	0	2	1	0	1	4
zawierciański	0	1	0	0	1	4	6
Żory	0	0	0	0	0	1	1
żywiecki	0	0	0	3	0	7	10
RAZEM	5	11	16	36	37	80	184

Źródło: opracowanie własne

f. Obiekty gastronomiczne

Nazwa powiatu	Liczba obiektów gastronomicznych dysponujących miejscami siedzącymi w określonym przedziale liczbowym						Suma obiektów
	1000+	500-999	250-499	100-249	50-99	poniżej 50	
będziński	0	0	0	1	0	1	2
bielski	0	0	0	1	2	1	4
Bielsko-Biała	0	0	1	2	3	8	14
bieruńsko-lędzki	0	0	0	1	1	0	2
Bytom	0	0	0	0	1	5	6
Chorzów	0	0	0	1	2	4	7
cieszyński	0	0	0	2	4	6	12
Częstochowa	0	0	1	2	4	11	18
częstochowski	0	0	1	1	0	3	5
Dąbrowa Górnicza	0	0	0	0	2	1	3
Gliwice	0	0	0	3	3	16	22
gliwicki	0	0	1	1	2	2	6
Jastrzębie-Zdrój	0	0	1	2	1	0	4
Jaworzno	0	0	0	2	1	4	7
Katowice	0	0	0	4	9	21	34
kłobucki	0	0	0	0	0	0	0
lubliniecki	0	0	0	0	0	3	3
mikołowski	0	0	1	3	2	3	9
Mysłowice	0	0	0	0	0	4	4
myszkowski	0	0	0	0	1	1	2
Piekary Śląskie	0	0	0	0	0	1	1
pszczyński	0	0	1	5	0	1	7
raciborski	0	0	0	0	1	4	5
Ruda Śląska	0	0	0	2	1	2	5
rybnicki	0	0	0	0	1	3	4
Rybnik	0	0	0	2	1	1	4
Siemianowice Śl.	0	0	0	0	0	1	1

Sosnowiec	0	0	1	1	3	9	14
Świętochłowice	0	0	0	1	1	2	4
tarnogórski	0	0	0	4	3	4	11
Tychy	0	0	1	1	2	4	8
wodzisławski	0	0	0	1	2	3	6
Zabrze	0	0	1	4	0	5	10
zawierciański	0	0	0	0	1	2	3
Żory	0	0	0	0	1	2	3
żywiecki	0	0	0	0	3	4	7
RAZEM	0	0	10	47	58	143	258

Źródło: opracowanie własne

**Załącznik 11 – Lista przebadanych obiektów konferencyjnych i wystawienniczych z
liczbą miejsc siedzących**

Lp.	Nazwa obiektu	Miejscowość	Liczba miejsc siedzących
1.	Międzynarodowe Centrum Kongresowe	Katowice	10000
2.	Centrum Edukacyjno-Kongresowe Politechniki Śląskiej	Gliwice	1300
3.	PreZero Arena Gliwice	Gliwice	910
4.	Gliwickie Centrum Naukowo- Technologiczne CECHOWNIA	Gliwice	260
5.	Śląska Okręgowa Izba Inżynierów Budownictwa	Katowice	210
6.	Centrum Aktywności w Mikołowie	Mikołów	197
7.	Okręgowa Izba Przemysłowo-Handlowa	Tychy	150
8.	Fabryka Pełna Życia	Dąbrowa Górnicza	120
9.	Regionalna Izba Gospodarcza w Katowicach	Katowice	120
10.	D9 space	Katowice	118
11.	Jaworznicka Izba Gospodarcza	Jaworzno	110
12.	Regionalna Izba Przemysłowo-Handlowa	Częstochowa	80
13.	Izba Gospodarcza Metali Nieżelaznych i Recyklingu	Katowice	70
14.	Hutnicza Izba Przemysłowo-Handlowa	Katowice	60
15.	Centrum Sportowo Konferencyjne Sportowa Dolina	Będzin	50
16.	Krajowa Izba Gospodarki Nieruchomościami	Katowice	50
17.	Śląska Izba Rolnicza	Katowice	50
18.	Zagłębiowska Izba Gospodarcza	Dąbrowa Górnicza	50
19.	Izba Rzemieślnicza oraz Małej i Średniej Przedsiębiorczości	Katowice	40

20.	Polsko-Niemiecka Izba Przemysłowo-Handlowa	Katowice	40
21.	Żorska Izba Gospodarcza	Żory	40
22.	Izba Przemysłowo-Handlowa	Tarnowskie Góry	35
23.	Polska Izba Ekologii	Katowice	35
24.	Śląska Okręgowa Izba Architektów RP	Katowice	35
25.	Beskidzka Izba Gospodarcza	Bielsko - Biała	30
26.	Górnicza Izba Przemysłowo-Handlowa	Katowice	30
27.	Izba Gospodarcza	Wodzisław Śląski	30
28.	Regionalna Izba Przemysłowo-Handlowa	Gliwice	30
29.	Śląska Izba Budownictwa	Katowice	30
30.	Izba Przemysłowo - Handlowa Rybnickiego Okręgu Przemysłowego	Rybnik	20

Źródło: opracowanie własne