

2012

Przemysł spotkań w Krakowie oraz Małopolsce w 2012 roku

**Jadwiga Berbeka
Krzysztof Borodako
(Kierownik zespołu)
Agata Niemczyk
Renata Seweryn**

Kraków



Przemysł spotkań w Krakowie i Małopolsce w 2012 roku

Zespół autorski

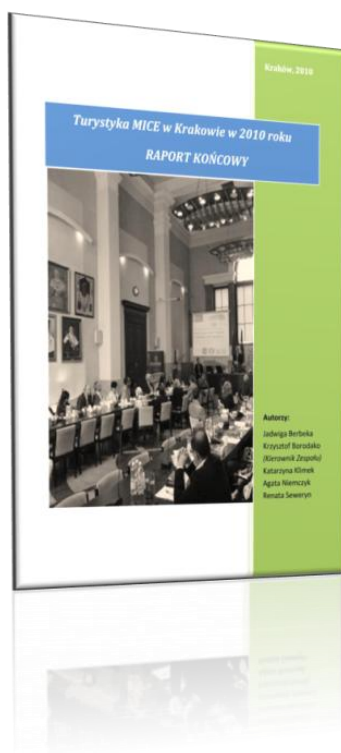
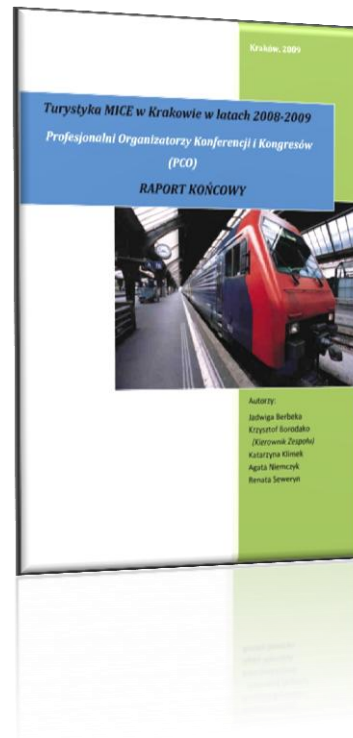
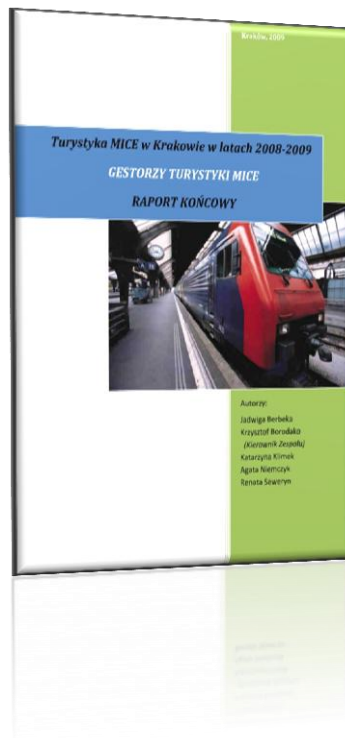
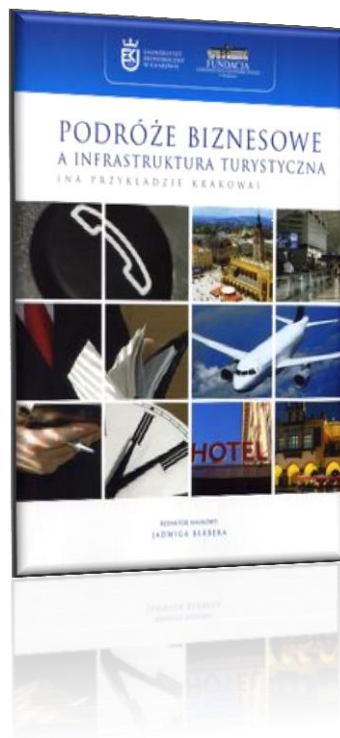
prof. UEK dr hab. Jadwiga Barbeka
dr Krzysztof Borodako (Kierownik zespołu)
dr Agata Niemczyk
dr Renata Seweryn

Raport przygotowany na zlecenie Biura Kongresów Urzędu Miasta Krakowa.

Zleceńbiorcą projektu badawczego jest Fundacja Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie.

Kraków, maj 2013

Dotychczasowe działania w zakresie przemysłu spotkań



SPIS TREŚCI

Wprowadzenie	5
1. Turystyka biznesowa – kwestie teoretyczne i terminologiczne	7
2. Przemysł spotkań w Krakowie w latach 2009-2011	10
3. Metodyka badań.....	15
4. Przemysł spotkań w Krakowie w 2012 – wyniki badań empirycznych	17
4.1. CHARAKTERYSTYKA OBIEKTÓW	17
4.2. IMPREZY PRZEMYSŁU SPOTKAŃ W KRAKOWIE W 2012 ROKU.....	17
4.2.1. Liczba i struktura rodzajowa imprez przemysłu spotkań.....	17
4.2.2. Spotkania biznesowe według pochodzenia grupy	19
4.2.3. Spotkania biznesowe w układzie miesięcznym.....	23
4.2.4. Spotkania biznesowe według zleceniodawcy imprezy	26
4.2.5. Spotkania biznesowe według branży.....	27
4.2.6. Spotkania biznesowe według czasu trwania	28
4.2.7. Spotkania biznesowe według gestora obiektu	30
4.3. UCZESTNICY IMPREZ PRZEMYSŁU SPOTKAŃ W KRAKOWIE W 2012 ROKU.....	31
4.3.1. Uczestnicy grupowych spotkań biznesowych według rodzaju imprezy	31
4.3.2. Uczestnicy grupowych spotkań biznesowych według pochodzenia grupy.....	33
4.3.3. Uczestnicy grupowych spotkań biznesowych w układzie miesięcznym.....	37
4.3.4. Uczestnicy grupowych spotkań biznesowych według zleceniodawcy imprezy	40
4.3.5. Uczestnicy grupowych spotkań biznesowych według branży	41
4.3.6. Uczestnicy grupowych spotkań biznesowych według czasu trwania imprezy	41
4.3.7. Uczestnicy grupowych spotkań biznesowych według gestora obiektu	42
5. Przemysł spotkań w Małopolsce w 2012 – wyniki badań empirycznych	44
5.1. CHARAKTERYSTYKA OBIEKTÓW	44
5.2. IMPREZY PRZEMYSŁU SPOTKAŃ W MAŁOPOLSCE W 2012 ROKU	44
5.2.1. Liczba i struktura rodzajowa imprez przemysłu spotkań.....	44
5.2.2. Spotkania biznesowe według pochodzenia grupy	45
5.2.3. Spotkania biznesowe w układzie miesięcznym.....	49
5.2.4. Spotkania biznesowe według zleceniodawcy imprezy	51
5.2.5. Spotkania biznesowe według branży.....	52
5.2.6. Spotkania biznesowe według czasu trwania	53
5.2.7. Spotkania biznesowe według gestora obiektu	55
5.3. UCZESTNICY IMPREZ BIZNESOWYCH W MAŁOPOLSCE W 2012 ROKU	55
5.3.1. Uczestnicy grupowych spotkań biznesowych według rodzaju imprezy	55
5.3.2. Uczestnicy grupowych spotkań biznesowych według pochodzenia grupy.....	56
5.3.3. Uczestnicy grupowych spotkań biznesowych w układzie miesięcznym.....	60
5.3.4. Uczestnicy grupowych spotkań biznesowych według zleceniodawcy imprezy	61
5.3.5. Uczestnicy grupowych spotkań biznesowych według branży	63
5.3.6. Uczestnicy grupowych spotkań biznesowych według czasu trwania imprezy	64
5.3.7. Uczestnicy grupowych spotkań biznesowych według gestora obiektu	65
6. PODSUMOWANIA I WNIOSKI	66
6.1. Podsumowania i wnioski z badań dla Krakowa	66
6.2. Podsumowania i wnioski z badań dla Małopolski.....	68
Spis rysunków.....	70
Spis tabel	73

WPROWADZENIE

Niniejsze opracowanie składa się z dwóch komponentów. Analiza przeprowadzona jest dla miasta Krakowa (osobno) oraz osobno dla Małopolski - z wyłączeniem miasta Krakowa.

Powyższy układ wynika z przesłanek merytorycznych. Badania dla Krakowa są pewną kontynuacją badań realizowanych systematycznie, na zlecenie Convention Bureau Urzędu Miasta Krakowa od 2009 roku. Dzięki temu można uzyskane wyniki porównywać z wcześniejszymi latami. Natomiast badanie Małopolski realizowane jest po raz pierwszy i jego głównym celem jest identyfikacja znaczenia przemysłu spotkań (jego rozmiarów i tendencji) w regionie. Uwzględnianie obszaru metropolitalnego miasta Krakowa zmieniałoby obraz, zawyżając wszystkie średnie wartości. Stąd przyjęcie takiego układu opracowania.

Jednakże, należy bardzo wyraźnie wyjaśnić pewną kwestię. Poland Convention Bureau działające w ramach Polskiej Organizacji Turystycznej od kilku lat stara się diagnozować wielkość i strukturę rynku przemysłu spotkań w Polsce, zbiera dane, które stanowią podstawę przygotowania corocznych raportów „Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce”. W raporcie uwzględnia się tylko imprezy, o których informacje zostały przekazane przez podmioty rynku turystycznego. Do 2011 roku dane na temat Krakowa, prezentowane następnie w Raporcie, podawane były na podstawie wyników badań przeprowadzanych przez Zespół Fundacji Uniwersytetu Ekonomicznego, działający na zlecenie Biura Kongresów Urzędu Miasta Krakowa. W 2012 roku po raz pierwszy dane na temat przemysłu spotkań, które opublikowane są w Raporcie *Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce 2013* bazują wyłącznie na wynikach wprowadzanych online.

O wprowadzanie proszone są obiekty posiadające możliwości organizacji spotkań oraz organizatorzy wydarzeń, jak również regionalne Biura Kongresów. Dane są filtrowane, by uniknąć podwójnego liczenia tych samych imprez. Wypełnienie ankiety i przekazanie informacji o spotkaniach było więc czynnikiem determinującym wyniki dla roku 2012. Wstępna ocena rezultatów dla Krakowa pozwala zauważyć pewien spadek ilościowy spotkań. Należy sądzić, że jest to konsekwencją zmiany sposobu wprowadzania danych.

Niniejszy Raport przygotowany został przez zespół ekspertów, składający się z pracowników naukowych Katedry Turystyki Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie.

Raport składa się z wprowadzenia oraz siedmiu punktów. We wprowadzeniu nakreślono uwarunkowania prowadzonych badań oraz strukturę przygotowanego raportu. W pierwszym punkcie zaprezentowano kwestie teoretyczne związane z turystyką biznesową. To niezbędny dla

percepcji czytelnika fragment wyjaśniający terminologię używaną w dalszej części pracy. W drugim punkcie przedstawiono wyniki badań turystyki biznesowej z lat 2009-2011, jako tło do dalszych rozważań. W trzecim punkcie omówiono metodykę realizowanych badań. Kolejne dwa punkty mają rozłączny charakter. Czwarty zawiera prezentację rezultatów dla miasta Krakowa, piąty dla Małopolski, bez Krakowa. Obydwa punkty, czwarty i piąty, mają analogiczną strukturę. Rozpoczyna je charakterystyka badanych zbiorowości, a potem przedstawione są kolejno rezultaty dotyczące spotkań, a następnie uczestników. W szóstym, ostatnim, punkcie zawarto wnioski dotyczące rynku przemysłu spotkań opracowane odrębnie dla Krakowa i odrębnie dla Małopolski.

Celem ogólnym zrealizowanego badania było zdiagnozowanie wielkości rynku przemysłu spotkań biznesowych na terenie Krakowa oraz Małopolski (bez Krakowa) w 2012 r.

1. TURYSTYKA BIZNESOWA – KWESTIE TEORETYCZNE I TERMINOLOGICZNE

Prowadzenie działalności ekonomicznej we współczesnym świecie wymaga kontaktów między podmiotami. Liczba jednych i drugich, jak i intensywność spotkań systematycznie wzrasta. Wprawdzie niektóre z nich przenoszą się wyłącznie na płaszczyznę wirtualną, jednakże zasadnicza część ma postać kontaktów bezpośrednich.

Spotkania powyższe wchodzą w zakres, a wręcz stanowią rdzeń, turystyki biznesowej. Termin turystyka biznesowa nasyca sporo problemów terminologicznych i interpretacyjnych.

W literaturze najczęściej wskazuje się dwa nurty definicyjne¹:

- behawioralny,
- opisowo-wyliczający.

W nurcie behawioralnym turystyka ujmowana jest w oparciu o charakter aktywności ludzi będących podmiotami interakcji. Takie stanowisko przyjmuje na przykład uznany autorytet, R. Davidson, który turystykę biznesową utożsamia z ludźmi podróżującymi w celach związanych z ich pracą². Podobnie S. Medlik, za turystykę biznesową uznaje podróże odbywane przez pracowników i inne osoby, w ramach ich pracy³.

W nurcie opisowo-wyliczającym uwaga skoncentrowana jest na przedmiotowym zakresie elementów wchodzących w skład pojęcia turystyka biznesowa. Zgodnie z tym ujęciem do turystyki biznesowej zalicza się wszelkie podróże odbywane przez pracowników i inne osoby w ramach pracy, obejmujące uczestnictwo w takich spotkaniach jak: konferencje, kongresy, szkolenia, seminaria, targi, wystawy oraz imprezy motywacyjne⁴.

W literaturze spotyka się jeszcze inne podejścia, np. za turystykę biznesową uznaje się wyjazdy o charakterze zawodowym, w czasie których osoby wyjeżdżające korzystają z podstawowych usług turystycznych, a w czasie wolnym zaspokajają potrzeby wypoczynku, poznania, rozrywki, itd., korzystając z bazy turystycznej⁵.

Należy więc zauważyć, że turystyka biznesowa jest kojarzona z szeroko rozumianym spotykaniem się na gruncie zawodowym. Z reguły menadżerowie uważają spotkania za

¹ M. Sidorkiewicz, *Turystyka biznesowa*, Difin, Warszawa 2011, s. 14.

² R. Davidson, B. Cope, *Turystyka biznesowa. Konferencje, podróże motywacyjne, wystawy, turystyka korporacyjna*, Polska Organizacja Turystyczna, Warszawa 2003.

³ S. Medlik, *Leksykon podróży, turystyki i hotelarstwa*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1995.

⁴ *Metodologia badań i badania pilotażowe turystyki biznesowej*, Instytut Turystyki, Warszawa 2003.

⁵ *Kompendium wiedzy o turystyce*, red. G. Gołębski, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa-Poznań 2002, s. 31.

ważny instrument zarządzania, pracownicy – za możliwość autoprezentacji. Jako cele spotkań można wymienić między innymi: definiowanie problemów, ich rozwiązywanie, burze mózgów, zbieranie informacji, organizacja różnych przedsięwzięć, podejmowanie decyzji, uzgodnienia końcowe, planowane wdrożenia⁶, dzielenie się wiedzą, budowę relacji międzyludzkich.

Kategoria turystyka biznesowa używana bywa zamiennie z pojęciem podróże służbowe. Wydaje się, że nie jest to poprawne. Uznając za słuszne podejście prezentowane przez Davidson'a i Cope'a należy podkreślić, że turystyka biznesowa stanowi jedną składową podróży służbowych, podczas gdy drugą stanowią indywidualne podróże służbowe⁷. Do tych drugich zalicza się przeprowadzanie: prezentacji, konsultacji, badań, spotkań „jeden na jeden”. Rozłączność indywidualnych podróży służbowych od turystyki biznesowej wynika z odrębności cech tej pierwszej kategorii. Podstawową z nich jest brak dowolności w wyborze docelowego miejsca podróży, miejsca spotkania. Podróżny musi udać się tam, gdzie ma rozwiązać problem czy gdzie zlokalizowana jest firma klienta. Miejsca spotkań w ramach turystyki biznesowej są prawie każdorazowo ustalane i wybierane, wynikają z atrakcyjności danej lokalizacji i zabiegów promocyjnych lokalnych władz zmierzających do pozyskania organizacji danej imprezy na swym terenie.

Należy dostrzec, że główną przesłanką wyjazdu, jego najważniejszym elementem, jest spotkanie. Spotkanie innych osób – partnerów biznesowych, ekspertów, naukowców czy praktyków. To zapewne stało się powodem wprowadzenia do powszechnie obowiązujących pojęć kategorii: *przemysł spotkań*, jako dosłownego tłumaczenia kategorii anglojęzycznej: *meeting industry*. Najczęściej utożsamiane jest ono z turystyką biznesową, a więc obejmuje⁸:

- Spotkania grupowe: seminaria, konferencje, premiery produktów;
- Podróże motywacyjne: grupowe, rodzinne;
- Wystawy: targi, pokazy dla branży, pokazy dla klientów,
- Turystykę korporacyjną: imprezy bez aktywnego udziału gości, imprezy z aktywnym udziałem gości.

Z zagadnień terminologicznych należy również wymienić używaną w literaturze i praktyce kategorię *MICE*, utożsamianą także z turystyką biznesową, a będącą skrótem od nazw tworzących ją rodzajów spotkań: Meetings, Incentives, Conferences/Congresses, Exhibitions/Events. Ze względu na pewną niezręczność semantyczną tego skrótu w języku

⁶ M. Munter, M. Netzley, *Guide to Meetings*, Publisher Prentice Hall, New Jersey 2002, s. 15.

⁷ R. Davidson, B. Cope, *Turystyka biznesowa.*, op. cit., s. 4.

⁸ Ibidem, s. 4.

angielskim obserwuje się w ostatnich latach odchodzenie od powyższego określenia⁹.

Można wymienić następujące cechy charakterystyczne turystyki biznesowej¹⁰:

- trudność oceny jej rozmiaru w skali międzynarodowej,
- nietypowość akwizycji;
- określony model usługi (wynikający z wymagań/oczekiwań klientów);
- dochodowość i specjalizacja (w promocji i obsłudze konieczna jest sprawna organizacja oraz specjalistyczny potencjał usługowy);
- zmienność inwestycyjna na świecie.

Najważniejszymi destynacjami w turystyce biznesowej są miasta. W wielkich miastach zlokalizowane są bowiem centra kongresowe, konferencyjne i wystawowe, liczne siedziby firm. Równocześnie miasta posiadają infrastrukturę niezbędną dla realizacji spotkań: hotele, węzły komunikacyjne, centra rozrywkowe czy inne atrakcje antropogeniczne, z których korzysta osoba podróżująca służbowo¹¹.

Równocześnie należy podkreślić, że turystyka biznesowa może być ważnym czynnikiem rozwoju miasta czy regionu. Miasta, na terenie których odbywają się spotkania otrzymują znaczące środki finansowe¹². Ponadto organizowanie imprez masowych, zwłaszcza o cyklicznym charakterze, podobnie jak przeprowadzanie dużych i ważnych dla danej branży spotkań jest istotnym instrumentem kreowania wizerunku miasta¹³.

Jednym z miast o ogromnym potencjale goszczenia turystyki biznesowej jest Kraków. W latach dziewięćdziesiątych pojawił się jako „modna nowinka” na mapie europejskiej turystyki biznesowej i od tej pory systematycznie poprawia swą pozycję w rankingach, np. ICCA. W 2011 zajmował 50 pozycję w rankingu miast świata, wyprzedzając takie ośrodki jak: Porto, Dubaj, Reykjavik czy Mediolan¹⁴.

Władze Krakowa już od kilku lat starają się uzyskać rzetelne dane na temat wielkości popytu turystycznego zgłaszanego w Krakowie przez przemysł spotkań, gdyż jak już wspomniano istnieją obiektywne trudności oceny jego zakresu i skali, stąd zlecenie badań w tym zakresie. Kolejnym problemem badawczym może być ocena oddziaływania przemysłu spotkań na gospodarkę miasta.

Dla Małopolski jest to pierwsza próba identyfikacji wielkości rynku przemysłu spotkań na jej terenie.

⁹ *Mice* w języku angielskim oznacza „myszy”.

¹⁰ W. W. Gaworecki, *Turystyka*, PWE, Warszawa 2007, s. 42.

¹¹ M. Sidorkiewicz, *Turystyka biznesowa*, op. cit., s. 23.

¹² J. Suprewicz, *Socjologia turystyki*, Wyższa Szkoła Społeczno-Przyrodnicza w Lublinie, Lublin 2005, s. 148.

¹³ B. Meyer, *Wykorzystanie imprez masowych w procesie kreowania wizerunku regionu na przykładzie „The Tall Ships’ Races” w Szczecinie*, [w]: *Ekonomiczne Problemy Usług nr 26. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego* nr 511, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2008, s. 295.

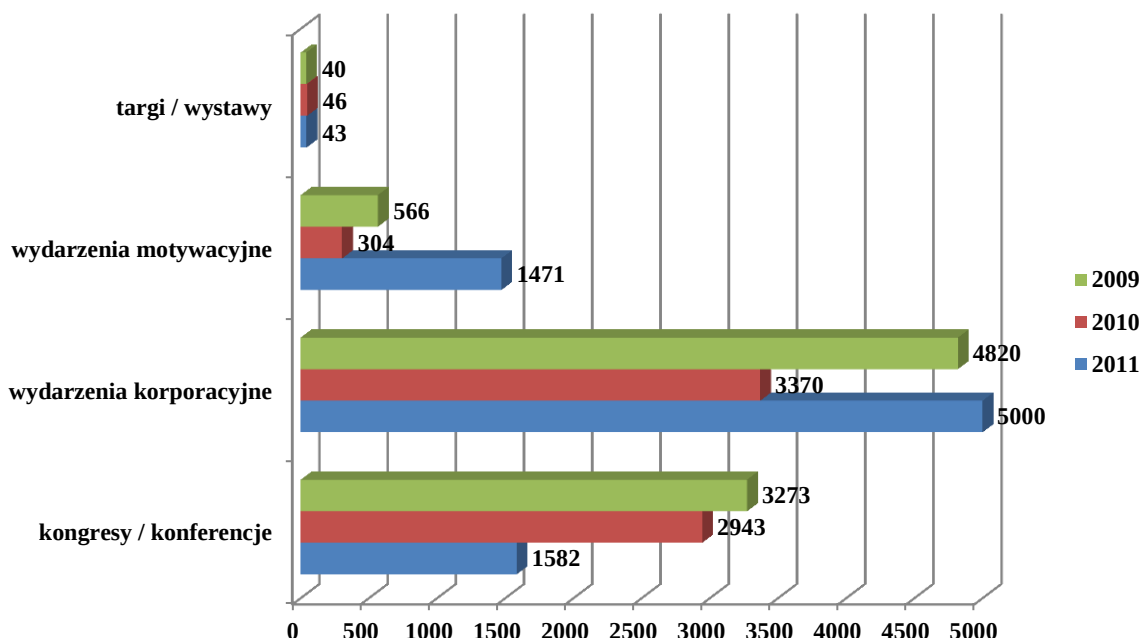
¹⁴ <http://www.iccaworld.com/cdps/cditem.cfm?nid=4036> [13.05.2013].

2. PRZEMYSŁ SPOTKAŃ W KRAKOWIE

W LATACH 2009-2011

Badania przemysłu spotkań w Krakowie realizowane są od 2009 r. Przeprowadzony w 2009 r. pilotaż pozwolił na dopracowanie metodyki badania oraz zaznajomił krakowską branżę przemysłu spotkań (określaną także jako turystykę MICE lub turystykę biznesową) z koniecznością prowadzenia tego typu statystyk. Badania prowadzone w latach 2009-2011, jak zostało to podkreślone w części metodycznej, prowadzone były przy wykorzystaniu nazewnictwa nieznacznie różniącego się od stosowanego w niniejszym raporcie. W latach 2010-2011 wyniki z Krakowa były przekazywane dla PCB POT po wcześniejszym przekonwertowaniu na wymagane kategorie informacji. Z tego powodu część wyników z 2009 r. jest na potrzeby zestawienia prezentowanego w tej części oszacowywana. Tym niemniej wyniki pokazują wielkość krakowskiego przemysłu spotkań oraz są punktem wyjścia do dokonywania odniesień w następnych latach co do przyszłych trendów.

Najważniejszą informacją opisującą przemysł spotkań w Krakowie jest liczba spotkań według kategorii. W Krakowie dominują wydarzenia korporacyjne (we wszystkich trzech latach). Zauważalny był również spadek liczby kongresów i konferencji. Początkowa wartość ponad 3 tys. spotkań w badaniach z 2011 r. wynosiła już niespełna 1600 spotkań (Rysunek 1).

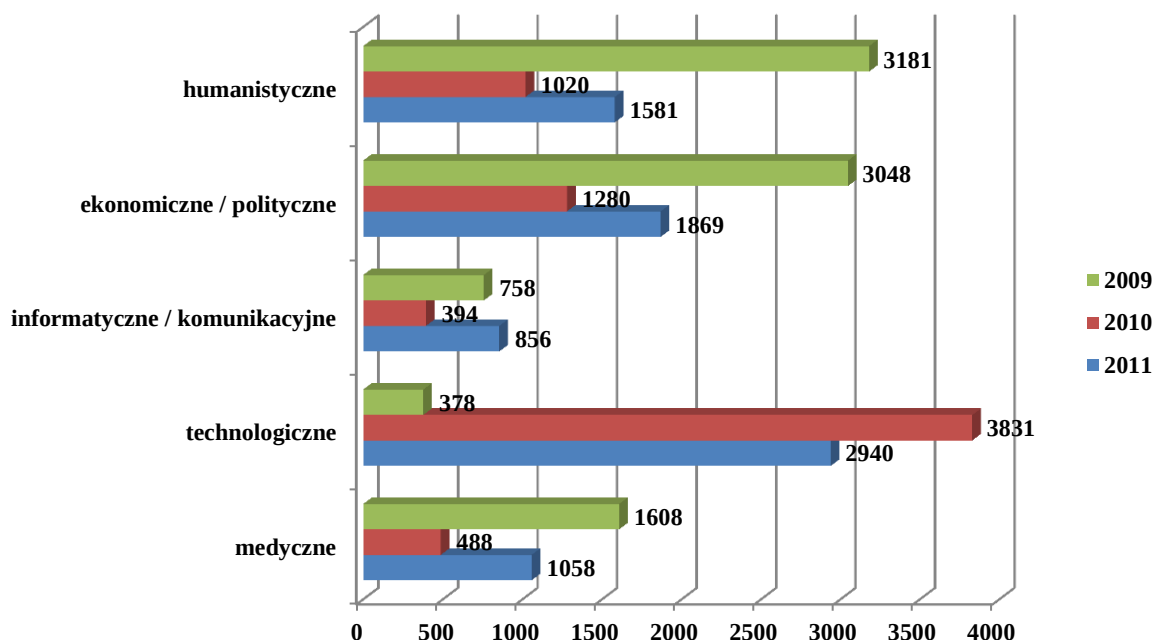


Rysunek 1. Liczba imprez biznesowych w Krakowie w latach 2009-2011 według rodzaju spotkania

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonych badań.

Może to być obrazem pewnych zmian rynkowych, a może jedynie spadkiem wynikłym z przyczyn istniejącej niewystarczającej infrastruktury konferencyjnej oraz rosnącej konkurencji między polskimi i europejskimi metropoliami.

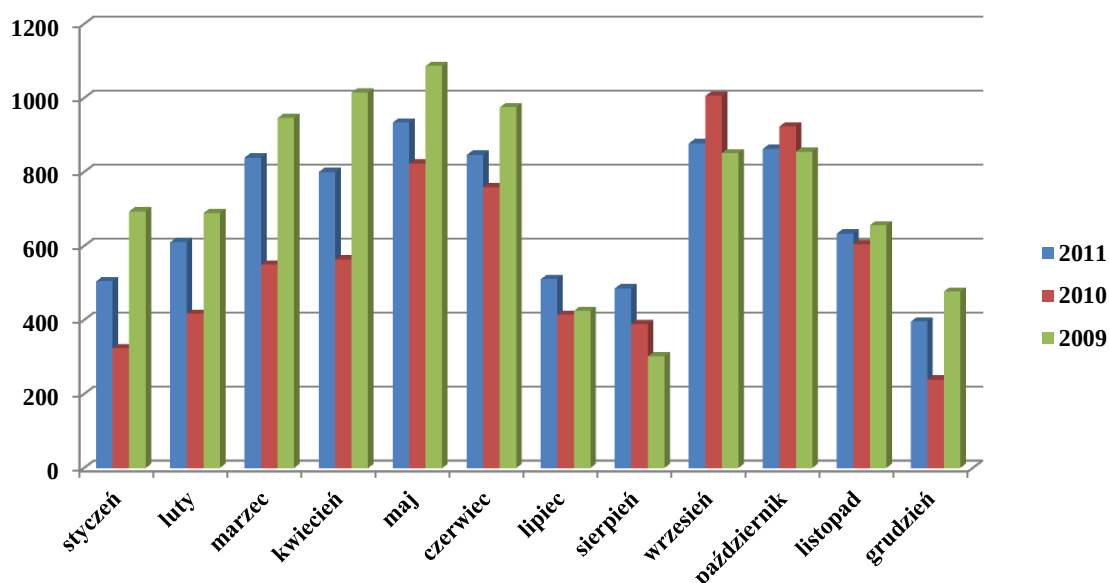
Organizacja różnego rodzaju spotkań wiąże się także z określoną branżą (typem spotkań). W latach 2010 oraz 2011 bardzo liczne były spotkania technologiczne, chociaż w ostatnim roku analizy (tj. 2011 r.) zanotowano spadek do 2940 spotkań. Jedną z głównych przyczyn dominacji spotkań technologicznych w Krakowie mogło być funkcjonowanie w tym mieście dwóch silnych uczelni technicznych, tj. AGH oraz PK oraz wielu międzynarodowych firm. Duży udział w powyższym okresie miały również spotkania o charakterze ekonomiczno-politycznym oraz humanistycznym. W Krakowie w 2011 r. zanotowano ponad tysiąc spotkań związanych z medycyną (kategorię obejmującą również farmację) – Rysunek 2.



Rysunek 2. Liczba imprez biznesowych w Krakowie w latach 2009-2011 według branży

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonych badań.

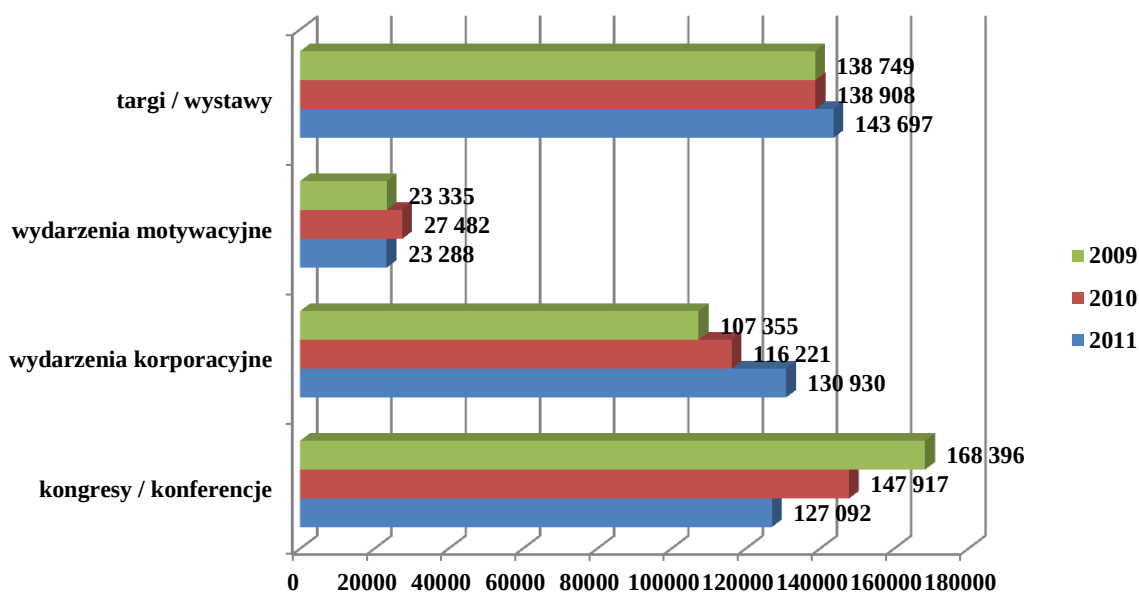
Spotkania organizowane w Krakowie w poszczególnych miesiącach podlegają tendencjom obserwowanym na całym świecie. Wyniki badań za lata 2009-2011 potwierdzają, że najbardziej aktywnym okresem licznych kongresów, konferencji, warsztatów czy targów jest wiosna i jesień. Dokładniej można to ograniczyć do miesięcy kwiecień-maj-czerwiec oraz wrzesień-październik. Okresem bardzo małej aktywności jest czas trwania wakacji oraz okres świąteczny i poświąteczny – grudzień i styczeń – Rysunek 3.



Rysunek 3. Sezonowość imprez biznesowych w Krakowie w latach 2009-2011

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonych badań.

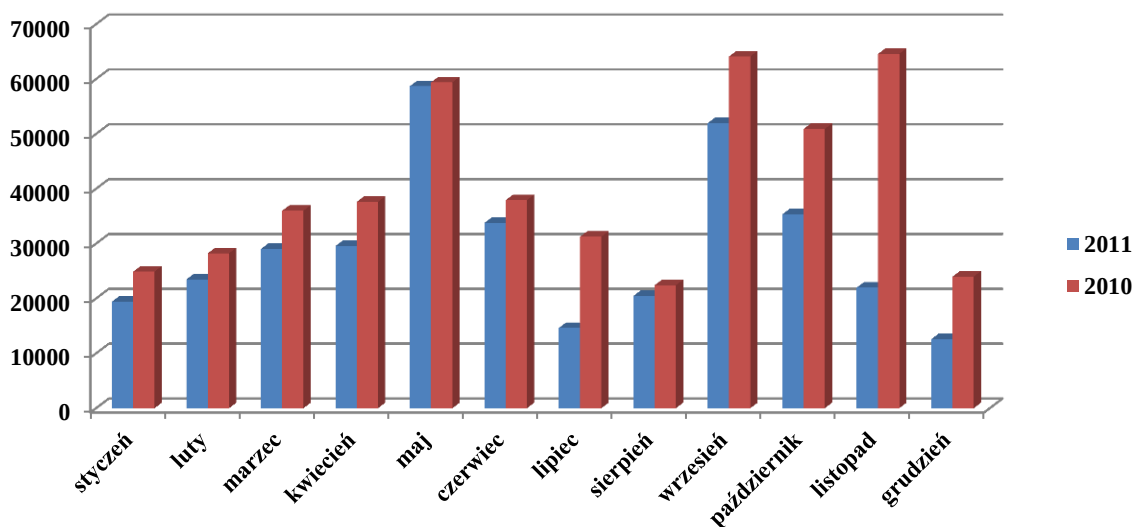
Obok analizy liczby i rozkładu spotkań warto bliżej przyjrzeć się także liczbie uczestników. Jest to o tyle istotne, że o wpływach i korzyściach dla miasta, jego przedsiębiorców i mieszkańców nie decyduje sama liczba spotkań, a przede wszystkim liczba osób uczestniczących w tych spotkaniach. Analizując liczbę uczestników należy sprecyzować wielkość wyliczoną ostatecznie dla targów i wystaw. Otóż została ona przytoczona wyłącznie dla przemysłu targowego (będącego ostatnim rozdziałem merytorycznym w raportach publikowanych od 2010 r.). Liczba uczestników tych spotkań została wyliczona jako suma wystawców (przy założeniu, że każdy wystawca średnio miał dwie osoby na stoisku) oraz odwiedzających. Porównując uczestników czterech kategorii najwięcej osób uczestniczyło w targach – w ostatnim roku prawie 145 tys. osób. Liczba uczestników w przypadku wydarzeń korporacyjnych oraz kongresów i konferencji była w ostatnim roku na podobnym poziomie, tj. około 130 tys. osób. Przy czym liczba osób spotkań korporacyjnych wykazywała tendencję rosnącą, natomiast kongresów i konferencji malejącą. Wydarzenia motywacyjne to stosunkowo stabilna wartość oscylująca wokół 25 tys. uczestników – Rysunek 4.



Rysunek 4. Liczba uczestników imprez biznesowych w Krakowie w latach 2011-2012 według rodzaju spotkania

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonych badań

Drugą zmienną charakteryzującą uczestników jest ich udział w spotkaniach w ujęciu miesięcznym. Dokładna analiza liczby uczestników oddaje ogólny przebieg nasilenia zjawiska, tj. kumulację spotkań wiosną i jesienią. W przypadku liczby uczestników zauważalna jest zdecydowana dominacja miesiąca maja (jest to charakterystyczne dla obu porównywanych lat) – zob. Rysunek 5.



Rysunek 5. Sezonowość liczby uczestników imprez biznesowych w Krakowie w latach 2010-2011

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonych badań

W okresie jesiennym występuje duża różnorodność obserwowanych zjawisk. Najwięcej spotkań w 2010 roku było w listopadzie (co można uznać za nietypowe), jednak wartość ta jest większa o niecałe 0,3% od wartości z września 2010 r. Liczba uczestników w następnym badanym roku wykazywała wyraźną tendencję malejącą w okresie jesieni, tj. największa liczba uczestników wystąpiła we wrześniu (ok. 52 tys. osób), a najmniejsza w grudniu wynosząc blisko 12,5 tys. osób. Przyjrzenie się okresowi wakacji również wskazuje na dużą aktywność spotkań w lipcu 2010 r. w porównaniu do lipca następnego roku.

Podsumowując zmiany w krakowskim przemyśle spotkań w latach 2009-2011 można stwierdzić, iż miasto ma ugruntowaną pozycję na rynku kongresowo/konferencyjnym. Również wartym uwagi jest duży udział spotkań technologicznych oraz stabilna pozycja spotkań z branży medycznej. Co warto jest podkreślenia dużą rolę dla miasta, z punktu widzenia liczby uczestników, odgrywa segment targów i wystaw.

3. METODYKA BADAŃ

Badania przemysłu spotkań, a wcześniej turystyki MICE, prowadzone były w Krakowie od 2009 r. W 2012 r. podjęta została decyzja o przeprowadzeniu takich badań również dla całego regionu Małopolski (z osobnymi analizami dla Krakowa i Małopolski - bez miasta Krakowa). Badania w 2012 r. były prowadzone w oparciu o inną metodykę niż w latach ubiegłych. Główna różnica polegała na formie i technice gromadzenia danych o organizowanych w regionie imprezach/spotkaniach turystyki biznesowej. W obecnych badaniach – pierwszych dla Małopolski – obejmujących analizę danych oraz ich interpretację, dane były gromadzone w jednej ogólnopolskiej bazie stworzonej przez Poland Convention Bureau Polskiej Organizacji Turystycznej (dalej PCB POT). W tym przypadku podmiot związany z każdą imprezą (organizator lub gestor) wprowadzał manualnie każdą imprezę do bazy. Następnie PCB POT weryfikował zawartość bazy pod względem eliminacji ewentualnych powtórek imprez. W ten sposób tworzone było zestawienie dla całego kraju. Na wniosek Cracow Convention Bureau baza dla Małopolski (w tym Krakowa) została udostępniona przez PCB POT i poddana szczegółowym analizom dla miasta Krakowa i regionu Małopolski (bez Krakowa). Celowo z analiz wyłączono dla Małopolski dane dla miasta Krakowa, aby przedstawić faktyczny obraz zjawiska w samym regionie poza jego stolicą.

Wykorzystanie danych zbieranych w bazie PCB POT skutkowało również modyfikacją nazewnictwa spotkań – dokonano zagregowania różnego rodzaju spotkań uzyskując ostatecznie jedynie cztery kategorie, tj. (a) konferencje i kongresy, (b) spotkania korporacyjne, (c) imprezy motywacyjne oraz (d) targi i wystawy. Dotychczasowe używane w badaniach w Krakowie nazewnictwo zostało dopasowane merytorycznie do nowej klasyfikacji. Należy podkreślić jednocześnie, iż **używane w całym raporcie pojęcie imprez lub spotkań biznesowych nie dotyczy wyłącznie spotkań korporacyjnych lub realizowanych/organizowanych przez firmy**, a oznacza spotkania, wydarzenia i imprezy służbowe obejmujące osoby uczestniczące z obowiązku wynikającego z ich zatrudnienia lub specjalizacji zawodowej.

Zespół ekspertów złożony z pracowników naukowych Katedry Turystyki Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie na zlecenie Biura Kongresów Urzędu Miasta Krakowa przeprowadził analizę danych przekazanych przez Biuro Kongresów UMK. Celem tej analizy było **zidentyfikowanie wielkości oraz struktury przemysłu spotkań w 2012 r.** w Krakowie i Małopolsce (bez Krakowa). Szczegółowymi **celami projektu** były m.in.:

1. Scharakteryzowanie uczestniczących w badaniu dostawców infrastruktury turystyki

biznesowej w Krakowie i Małopolsce (bez Krakowa) (udział poszczególnych rodzajów obiektów).

2. Oszacowanie liczby krajowych i międzynarodowych imprez przemysłu spotkań świadczonych przez gestorów w Krakowie i Małopolsce (bez Krakowa).
3. Określenie czasu trwania imprez realizowanych przez podmioty infrastruktury turystycznej w Krakowie i Małopolsce (bez Krakowa).
4. Estymowanie liczby uczestników poszczególnych rodzajów imprez świadczonych przez gestorów przemysłu spotkań w Krakowie i Małopolsce (bez Krakowa).
5. Oszacowanie liczby imprez zleconych gestorom przemysłu spotkań w Krakowie i Małopolsce (bez Krakowa).
6. Scharakteryzowanie branż działalności zleceniodawców wyżej wymienionych imprez.

Do weryfikacji celów wykorzystano analizę ilościową oraz analizę struktur problemów badawczych właściwych dla gestorów obiektów turystycznych z infrastrukturą umożliwiającą organizację spotkań i wydarzeń biznesowych w Małopolsce.

Obliczenia wyników badań dokonano przy zastosowaniu Programu Statistica 10 oraz Microsoft Excel 2010.

4. PRZEMYSŁ SPOTKAŃ W KRAKOWIE W 2012 – WYNIKI BADAŃ EMPIRYCZNYCH

4.1. Charakterystyka obiektów

Dane o organizowanych w Krakowie spotkaniach i wydarzeniach wprowadziły do bazy PCB POT łącznie 43 podmioty. Podmioty te organizowały spotkania przede wszystkim w hotelach. Stanowiły one niemal 80% poddanych badaniu obiektów – zob. Tabela 1.

Tabela 1. Struktura obiektów badanych w Krakowie

Kategoria obiektu	Liczba	Udział
Hotel	34	79,07%
Obiekt/ sala na specjalne wydarzenia	5	11,63%
Szkoła wyższa	3	6,98%
Centrum wystawiennicze/kongresowe	1	2,33%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie bazy PCB POT.

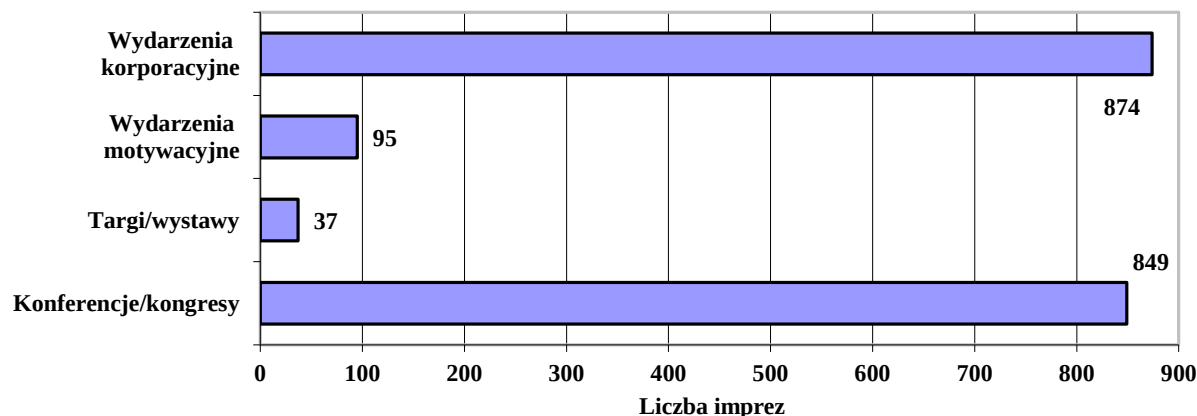
Na drugiej pozycji pod względem liczebności były obiekty i sale na specjalne wydarzenia – częściej niż co dziesiąty obiekt. Do bazy dodatkowo wprowadzano informacje o spotkaniach przeprowadzanych na terenie uczelni oraz centrum wystawienniczych.

4.2. Imprezy przemysłu spotkań w Krakowie w 2012 roku

4.2.1. Liczba i struktura rodzajowa imprez przemysłu spotkań

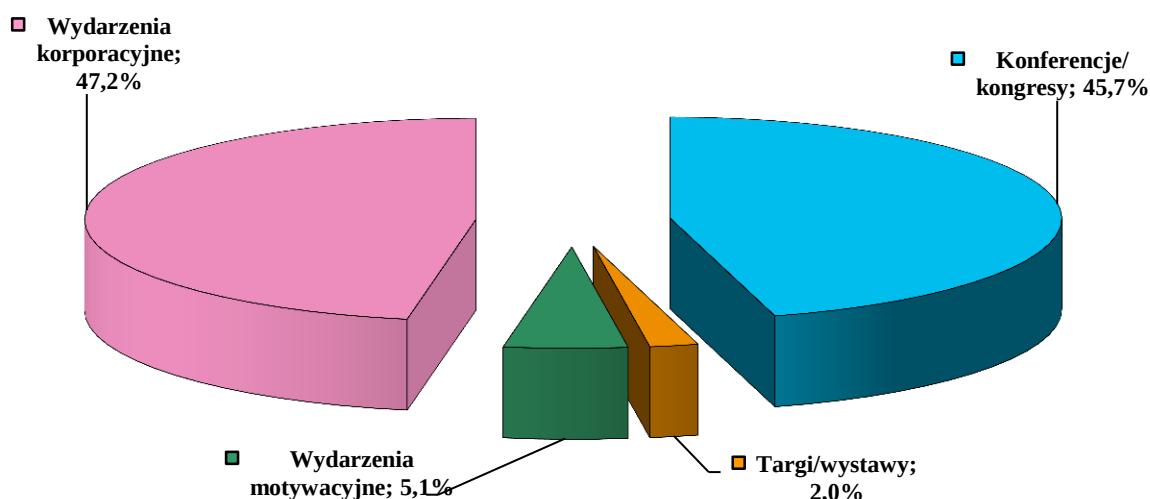
W 2012 r. w obiektach badanych gestorów infrastruktury turystycznej w Krakowie zorganizowano 1855 imprez z zakresu przemysłu spotkań.

Ponad 90% spośród nich to wydarzenia korporacyjne (874) oraz konferencje i kongresy (849) – por. Rysunek 6 i Rysunek 7.



Rysunek 6. Liczba imprez biznesowych zorganizowanych w Krakowie w 2012 roku według rodzaju spotkania

Źródło: Opracowanie własne na podstawie bazy PCB POT.

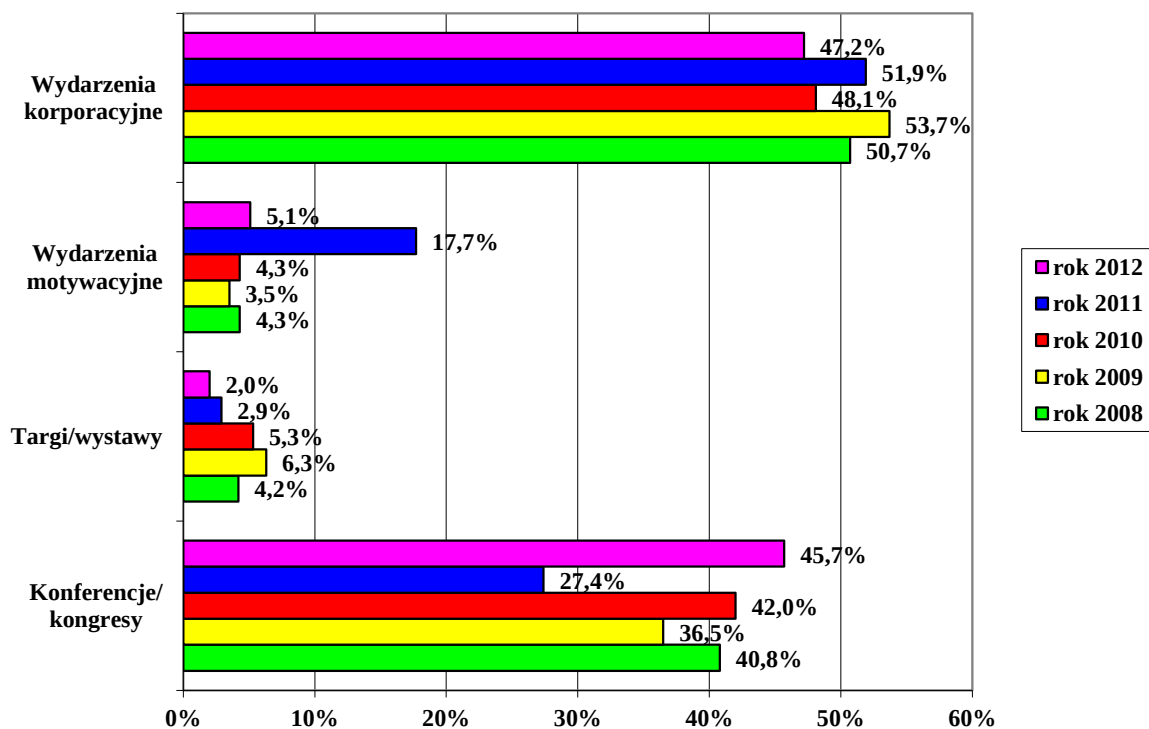


Rysunek 7. Struktura imprez biznesowych zorganizowanych w Krakowie w 2012 roku według rodzaju spotkania

Źródło: Opracowanie własne na podstawie bazy PCB POT.

Znacznie mniej w stolicy Małopolski zorganizowano wydarzeń motywacyjnych oraz targów i wystaw co przesądziło o niewielkim ich udziale w strukturze wszystkich imprez przemysłu spotkań zorganizowanych w Krakowie w 2012 r.

Interesujące poznawczo jest porównanie struktury imprez przemysłu spotkań w Krakowie w 2012 r. w stosunku do czterech wcześniejszych lat – por. Rysunek 8.



Rysunek 8. Porównanie udziału poszczególnych rodzajów imprez biznesowych zorganizowanych w Krakowie w latach 2008–2012

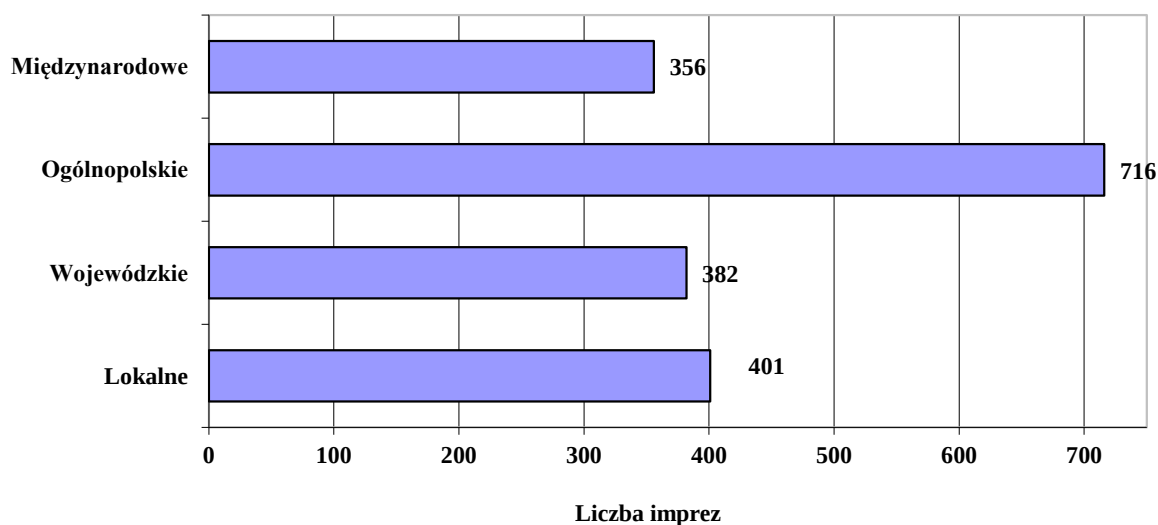
Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań własnych i bazy PCB POT.

Struktury te uległy niewielkim zmianom. Dominującą formą eventów biznesowych w 2012 r., podobnie jak w poprzednich latach, były wydarzenia korporacyjne; przy czym ich udział w strukturze imprez ogółem w 2012 r. w porównaniu do pierwszego okresu badania, tj. 2008 r., zmniejszył się o 3,5 pkt%. Redukcję odsetka imprez zaobserwowano również w odniesieniu do targów i wystaw, ale jego skala okazała się znacznie mniejsza – spadek tylko o 2,2 pkt%. Z drugiej strony analiza danych zestawionych na Rysunek 8 pozwala zauważyć wzrosty udziału pozostałych badanych imprez biznesowych w strukturze imprez ogółem w 2012 r. Opisana sytuacja dotyczy wydarzeń motywacyjnych – ich udział w strukturze wszystkich imprez w 2012 r. w porównaniu do 2008 r. wzrósł o 0,8 pkt%, ale znacznie większe wzrosty zanotowano w przypadku konferencji i kongresów – o 4,9 pkt%.

W świetle przedstawionych rozważań należy podkreślić, że w stolicy Małopolski w strukturze imprez biznesowych na przestrzeni badanego okresu dominującymi okazały się wydarzenia korporacyjne oraz konferencje i kongresy.

4.2.2. Spotkania biznesowe według pochodzenia grupy

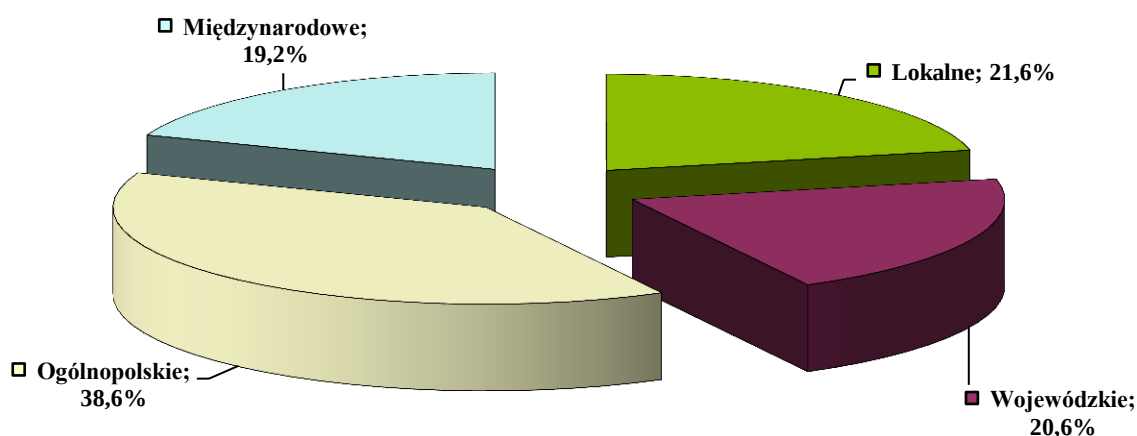
W Krakowie w 2012 r. zorganizowano najwięcej imprez i wydarzeń biznesowych o charakterze ogólnopolskim (por. Rysunek 9).



Rysunek 9. Liczba imprez biznesowych zorganizowanych w Krakowie w 2012 roku według pochodzenia grupy

Źródło: Opracowanie własne na podstawie bazy PCB POT.

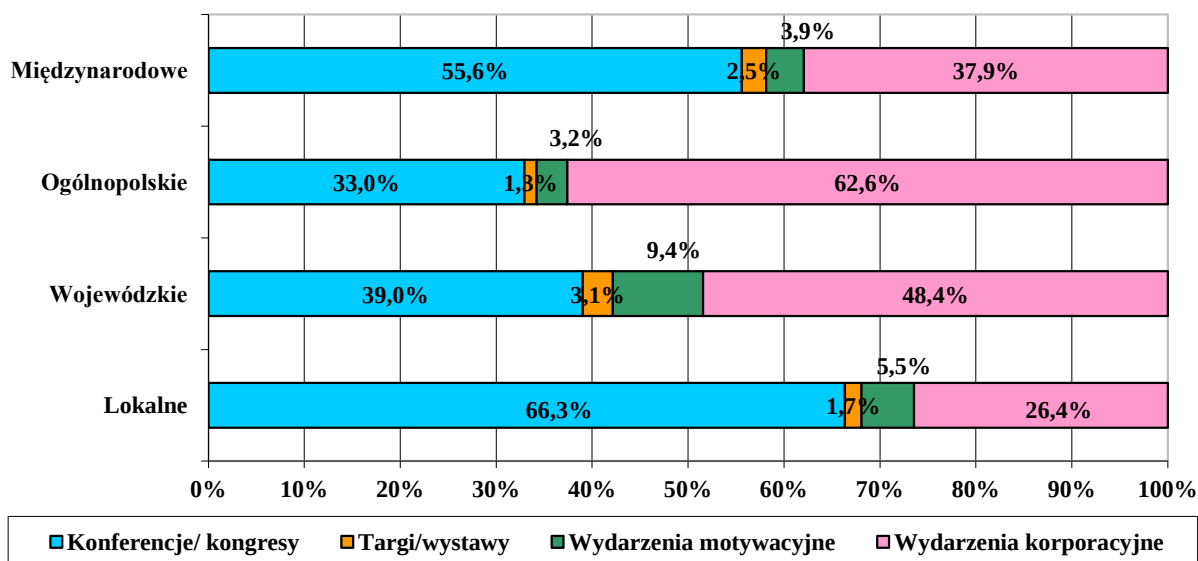
Na drugim miejscu pod omawianym względem uplasowały się imprezy lokalne (1/5 ogółu imprez biznesowych w Krakowie – por. Rysunek 10). Niewiele, bo o ok. 5% mniej niż imprez lokalnych zorganizowano spotkań wojewódzkich. Ich udział w strukturze imprez ogółem Krakowa wyniósł również 1/5.



Rysunek 10. Struktura imprez biznesowych zorganizowanych w Krakowie w 2012 roku według pochodzenia grupy

Źródło: Opracowanie własne na podstawie bazy PCB POT.

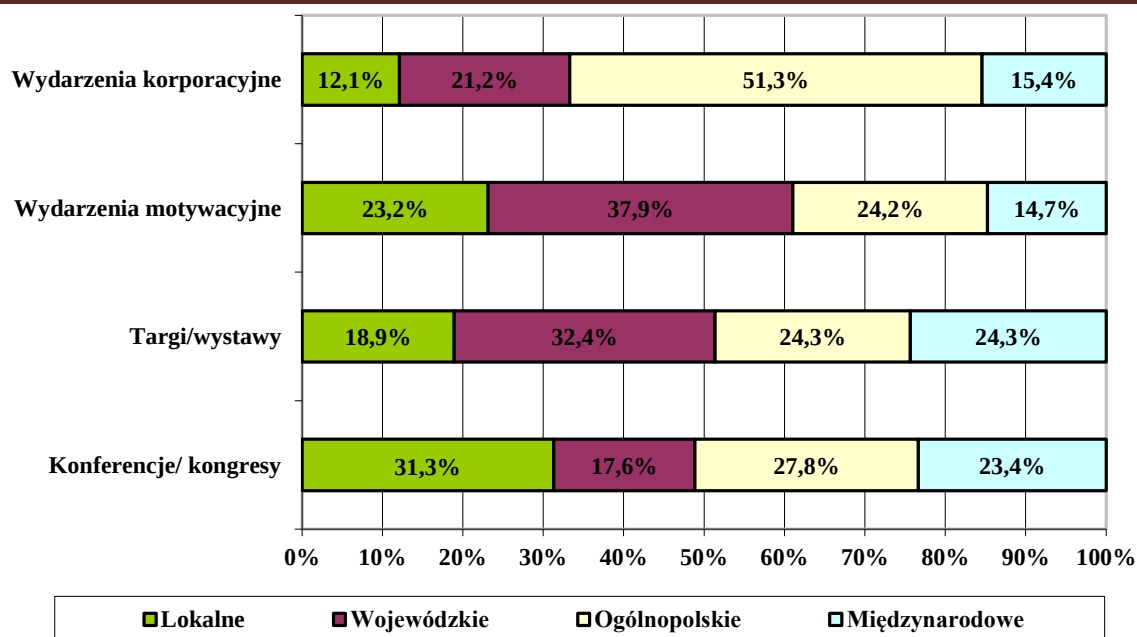
Najwięcej imprez ogólnopolskich zrealizowanych w Krakowie w 2012 r. stanowiły wydarzenia korporacyjne, prawie 63% (por. Rysunek 11). Istotny odsetek spotkań ogólnopolskich odnotowuje się również w przypadku konferencji i kongresów, to co trzecia impreza biznesowa zrealizowana w Krakowie w 2012 r.



Rysunek 11. Struktura imprez biznesowych zorganizowanych w Krakowie w 2012 roku według pochodzenia grupy i rodzaju spotkania

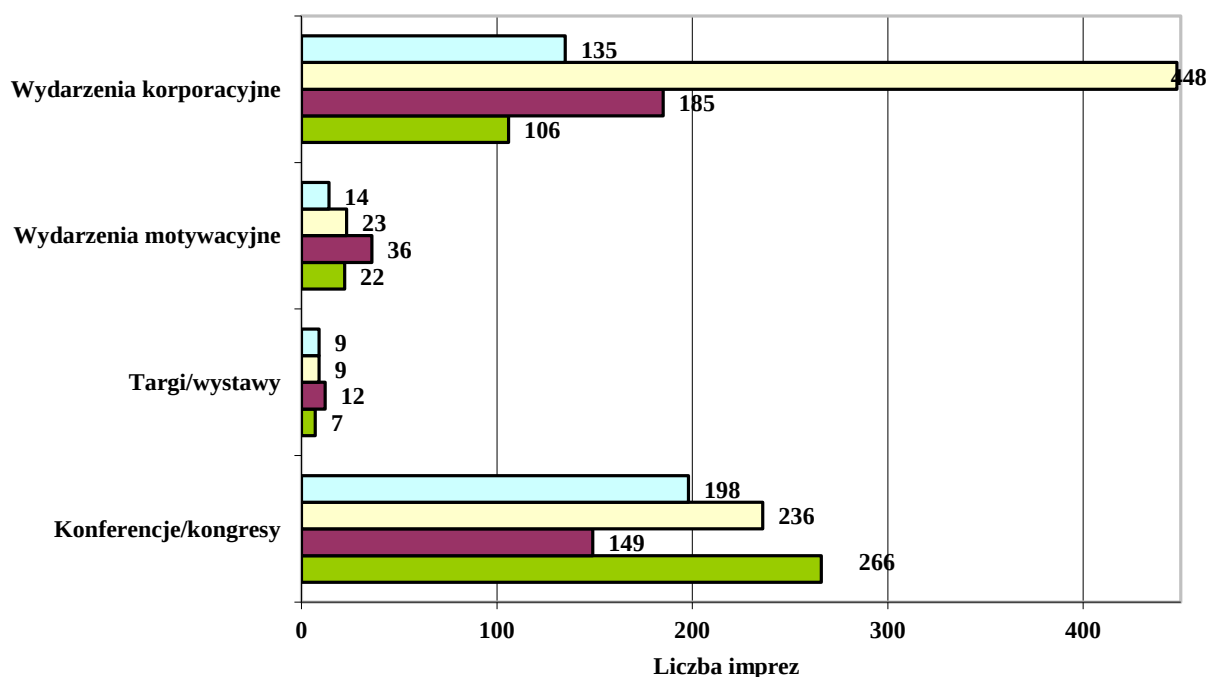
Źródło: Opracowanie własne na podstawie bazy PCB POT.

Jeśli przyjrzeć się dwóm wyżej wymienionym typom imprez biznesowych, to analizując dane zestawione na Rysunek 12 zauważa się, że aż połowa wydarzeń korporacyjnych miała charakter ogólnopolski. Mniej więcej po równo rozkłada się udział konferencji i kongresów ogólnopolskich i międzynarodowych (odpowiednio: 27,8%, tj. 236 imprez i 23,4%, tj. 198 spotkań międzynarodowych – por. Rysunek 13).



Rysunek 12. Struktura imprez biznesowych zorganizowanych w Krakowie w 2012 roku według rodzaju spotkania i pochodzenia grupy

Źródło: Opracowanie własne na podstawie bazy PCB POT.



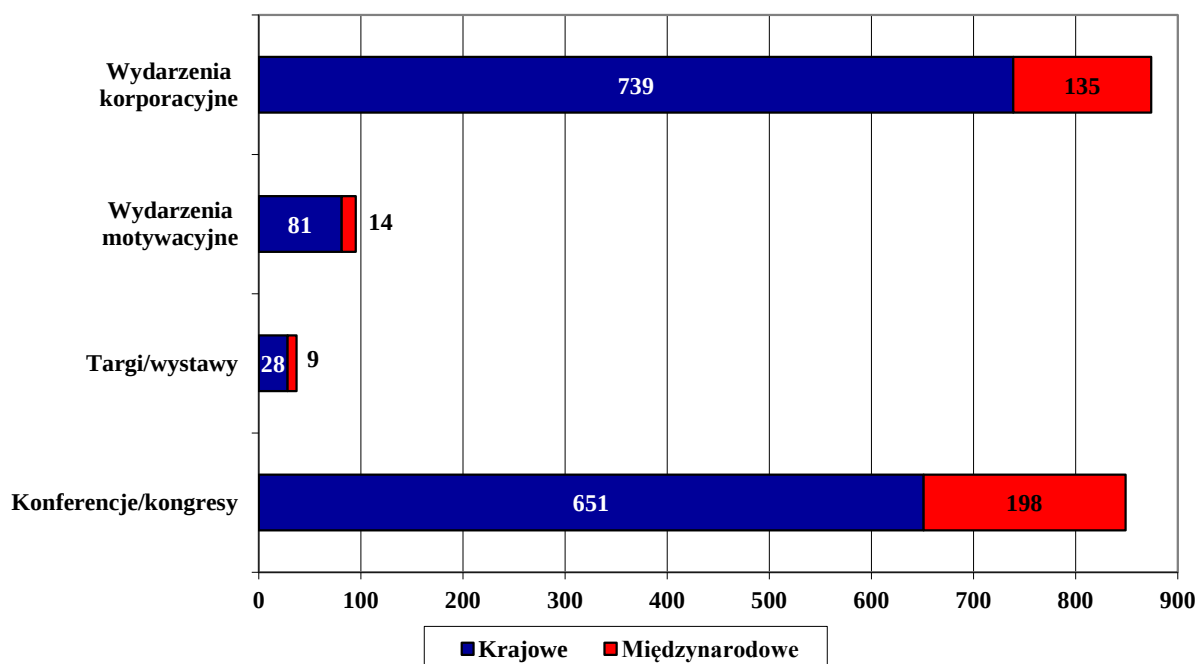
Rysunek 13. Liczba imprez biznesowych zorganizowanych w Krakowie w 2012 roku według rodzaju spotkania i pochodzenia grupy

Źródło: Opracowanie własne na podstawie bazy PCB POT.

Co się z kolei tyczy dwóch pozostałych typów imprez biznesowych, tj. targów i wystaw oraz wydarzeń motywacyjnych należy odnotować duże podobieństwo ich struktur – wskaźnik podobieństwa wynosi 90,2%. Oba typy imprez są najbardziej podobne (por. Rysunek 13), jeśli chodzi o odsetek spotkań ogólnopolskich oraz wojewódzkich. Eventy

różnią się jednak, jeśli spojrzeć na nie przez pryzmat ich liczby. O ile targów i wystaw ogólnopolskich w 2012 r. zorganizowano 9, a wojewódzkich – 12, to wydarzeń motywacyjnych odpowiednio: 23 i 36.

Z punktu widzenia miasta i gestorów bazy ważną informacją jest ustalenie liczby i struktury imprez międzynarodowych¹⁵. Tych w stolicy Małopolski w 2012 r. odbyło się 356 – por. Rysunek 14. Znacznie więcej zorganizowano imprez krajowych. Jeśli przyjrzeć się imprezom międzynarodowym to dominowały one w przypadku konferencji i kongresów oraz wydarzeń korporacyjnych.

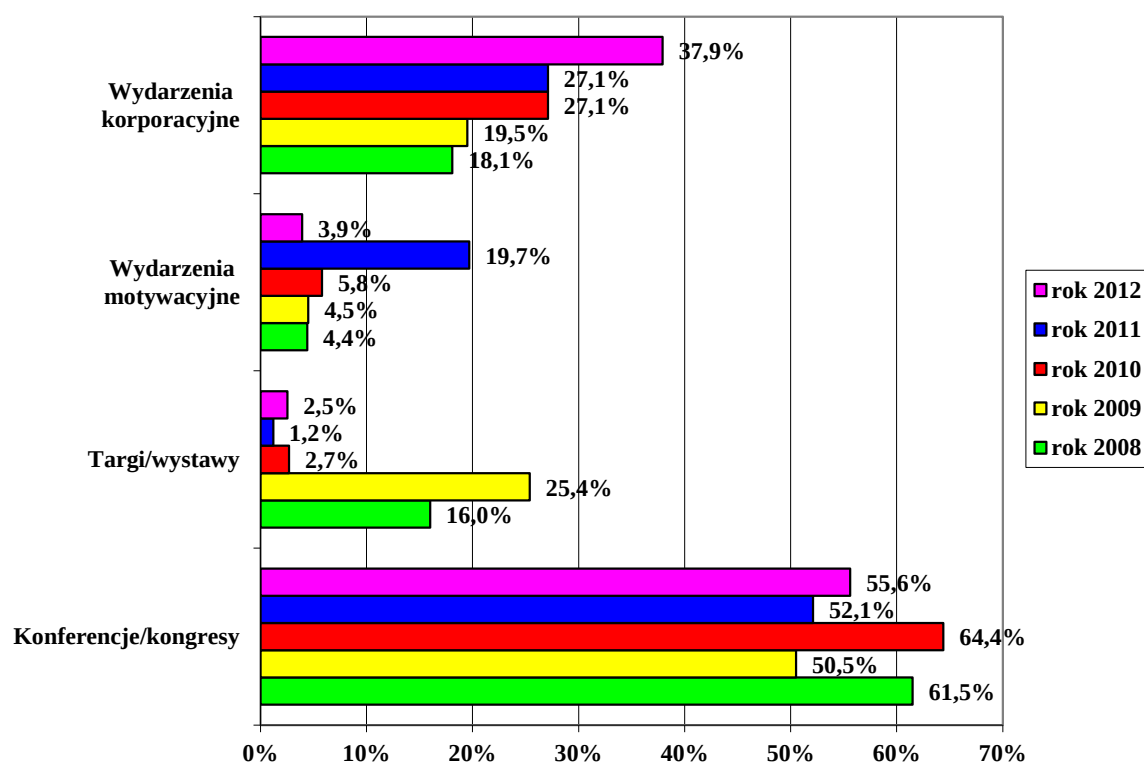


Rysunek 14. Liczba krajowych i międzynarodowych imprez biznesowych zorganizowanych w Krakowie w 2012 roku

Źródło: Opracowanie własne na podstawie bazy PCB POT.

Porównując udział poszczególnych typów międzynarodowych imprez przemysłu spotkań zrealizowanych w Krakowie w latach 2008–2012 – por. Rysunek 15, zauważa się, że w 2012 r. w stosunku do 2008 r. nastąpił zdecydowany, bo o ok. 20 pkt%, wzrost odsetka międzynarodowych wydarzeń korporacyjnych. Inaczej rzecz się ma w przypadku pozostałych badanych typów spotkań biznesowych. W odniesieniu do nich zanotowano spadki, największe dotyczyły wydarzeń motywacyjnych; w tym przypadku redukcja osiągnęła poziom 15,8 pkt%. W znacznym stopniu, bo o ok. 6 pkt% zmniejszył się udział międzynarodowych konferencji i kongresów w strukturze wszystkich imprez międzynarodowych w badanym okresie czasu.

¹⁵ Za imprezę międzynarodową uznaje się spotkanie, którego uczestnicy pochodzą z co najmniej 2 krajów.



Rysunek 15. Porównanie udziału poszczególnych rodzajów międzynarodowych imprez biznesowych zorganizowanych w Krakowie w latach 2008–2012

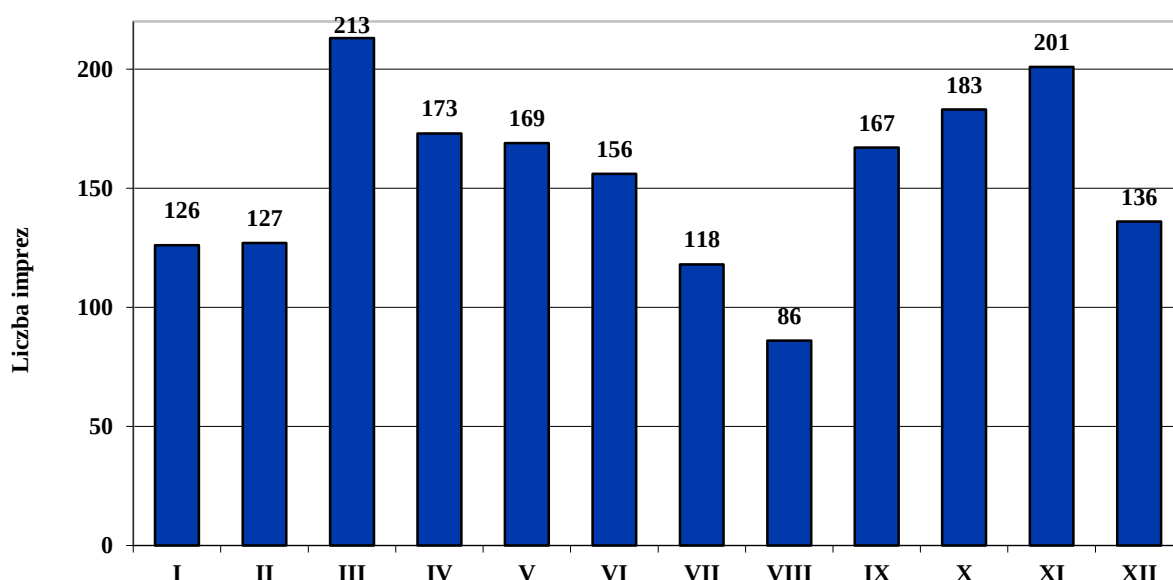
Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań własnych i bazy PCB POT.

Wobec powyższego dostrzega się, że ponad połowa międzynarodowych imprez w 2012 r., które odbyły się u gestorów uczestniczących w badaniu, stanowiły konferencje i kongresy. Ponadto odnotowano, że w 2012 r. nastąpił drastyczny spadek udziału międzynarodowych imprez motywacyjnych, o niemal 16 pkt% w stosunku do roku poprzedniego.

4.2.3. Spotkania biznesowe w układzie miesięcznym

Z punktu widzenia miasta i gestorów bazy turystycznej w Krakowie istotny jest rozkład imprez w ciągu roku – por. Rysunek 16.

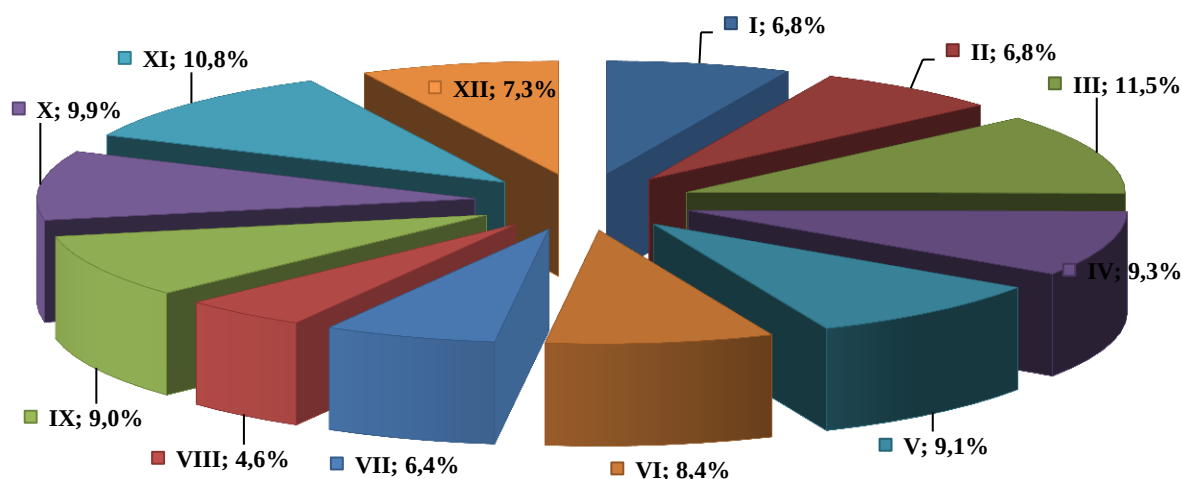
W 2012 r., podobnie jak w 2011 r., wystąpiły dwa okresy kulminacji imprez przemysłu spotkań w mieście. Największy, to szczyt wiosenny, relatywnie długi, trwający od marca do czerwca, z najbogatszą gamą spotkań w miesiącu marcu (213 spotkań), tj. inaczej niż w roku poprzednim, kiedy tym obfitującym w imprezy biznesowe był miesiąc maj (zrealizowano wtedy 930 imprez). Drugi bogaty w spotkania biznesowe okres to trzy miesiące obejmujące przełom trzeciego i czwartego kwartału roku, tj. okres od września do listopada; w 2011 r. były to dwa miesiące jesienne: wrzesień i październik.



Rysunek 16. Miesięczny rozkład liczby imprez biznesowych zorganizowanych w Krakowie w 2012 roku

Źródło: Opracowanie własne na podstawie bazy PCB POT.

Najmniejszym zainteresowaniem – jako okres recepcyjny – cieszyły się miesiące letnie, zwłaszcza sierpień. W tym czasie zrealizowano tylko 86 eventów biznesowych, tj. 4,6% spośród wszystkich eventów ogółem (por. Rysunek 17). Stosunkowo mało spotkań w Krakowie odbywało się również w miesiącach zimowych, od grudnia do lutego; stanowiły one odpowiednio: 7,3%, 6,8% i 6,8% wszystkich eventów ogółem.

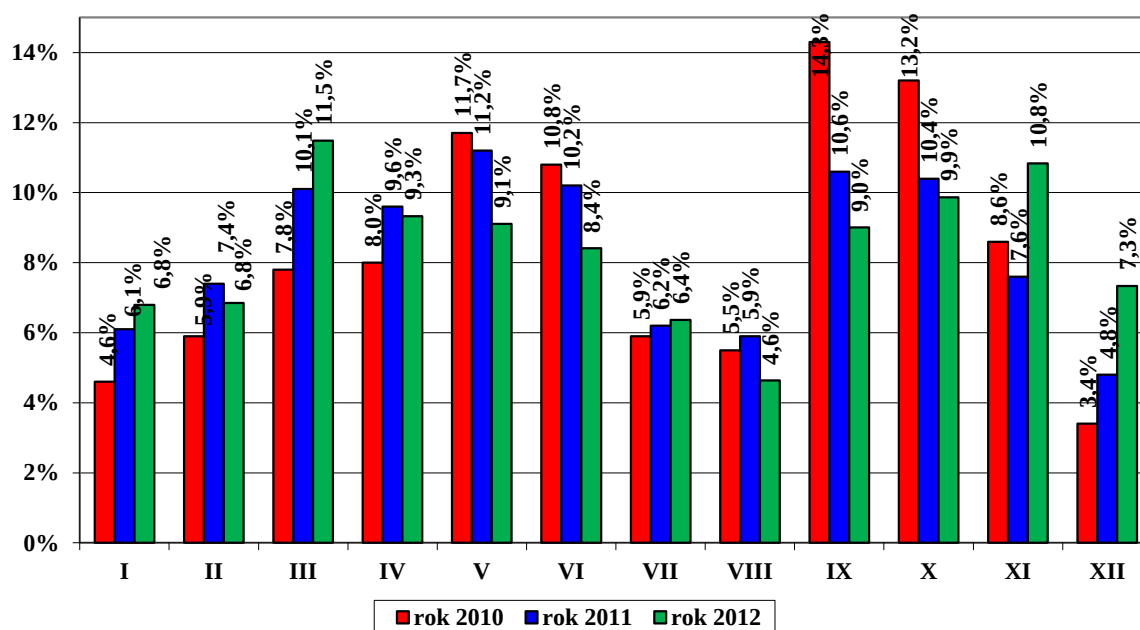


Rysunek 17. Struktura imprez biznesowych zorganizowanych w Krakowie w 2012 roku według miesięcy

Źródło: Opracowanie własne na podstawie bazy PCB POT.

Omawiany rozkład imprez przemysłu spotkań w ciągu 2012 r. zestawiono z wynikami badań z dwóch poprzednich lat. Ze względu na różną liczebność badanej zbiorowości poprawniejsze było porównywanie procentowego udziału imprez w poszczególnych

miesiącach w ciągu roku. Analizując struktury imprez w latach 2010-2012 należy odnotować miesiące sporych wzrostów odsetka imprez, jak i ich spadków (por. Rysunek 18). Największe wzrosty odnotowano odnośnie do takich miesięcy jak grudzień i marzec. W grudniu 2012 r. procent zorganizowanych w stolicy Małopolski imprez i wydarzeń biznesowych był większy o 3,9 pkt% niż w tym samym miesiącu 2010 r.; z kolei w marcu o 3,7 pkt.%. Tymczasem znaczne redukcje odsetka imprez w 2012 r. w porównaniu do 2010 r. dało się zauważyć w takich miesiącach jak: sierpień, wrzesień i to o 5,3 pkt% oraz w październiku.



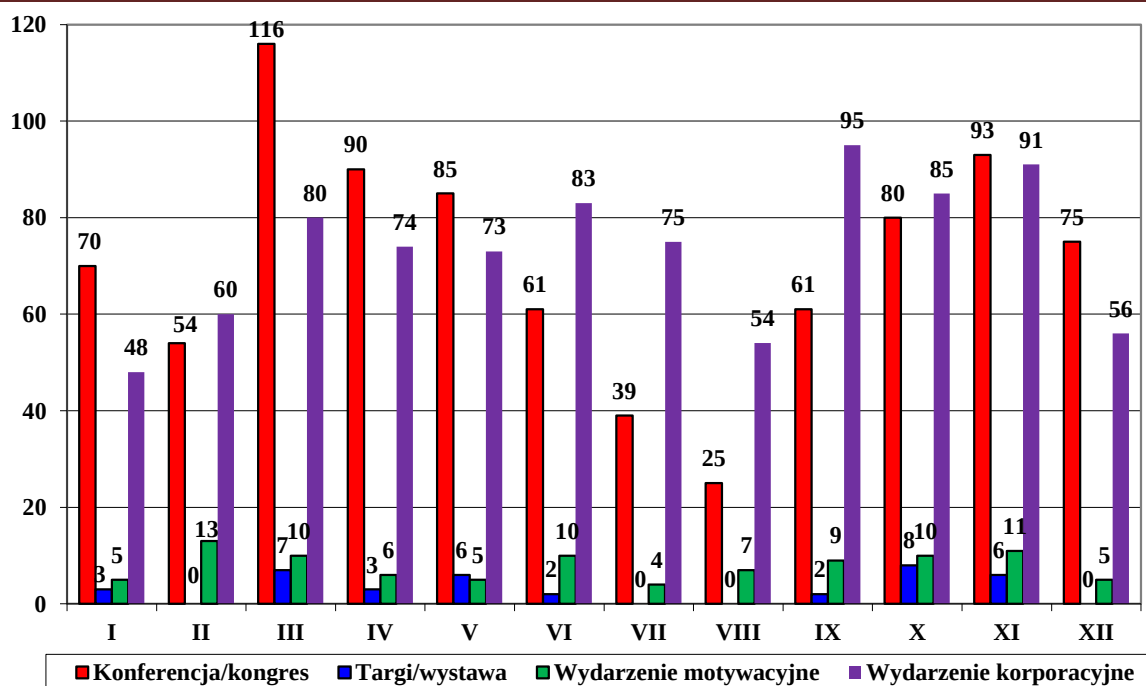
Rysunek 18. Udział poszczególnych miesięcy lat 2010-2012 w rocznej liczbie imprez biznesowych zorganizowanych w Krakowie

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań własnych i bazy PCB POT.

Rozpatrując miesięczny rozkład poszczególnych badanych typów spotkań i wydarzeń biznesowych zauważa się, że najczęściej konferencji i kongresów odbywało się przede wszystkim w marcu, listopadzie, kwietniu i maju (por. Rysunek 19), najmniej z kolei w miesiącach typowo wakacyjnych, tj. w sierpniu i lipcu.

Jeśli natomiast przyjrzeć się rozkładowi miesięcznemu wydarzeń korporacyjnych, to najczęściej tego typu eventów zorganizowano w takich miesiącach, jak: wrzesień, listopad, październik, najmniej w styczniu i sierpniu.

Co się z kolei tyczy spotkań, których relatywnie najmniej zorganizowano w Krakowie, tj. targów i wystaw oraz wydarzeń motywacyjnych, to w odniesieniu do tych ostatnich, najczęściej tego typu spotkań przeprowadzono w lutym, listopadzie, marcu i październiku, najmniej – w lipcu, styczniu i grudniu. Targi i wystawy to eventy, których najczęściej zrealizowano w październiku. Z drugiej strony bywały miesiące, kiedy nie zorganizowano żadnego tego typu spotkania - w lutym, lipcu, sierpniu i grudniu.



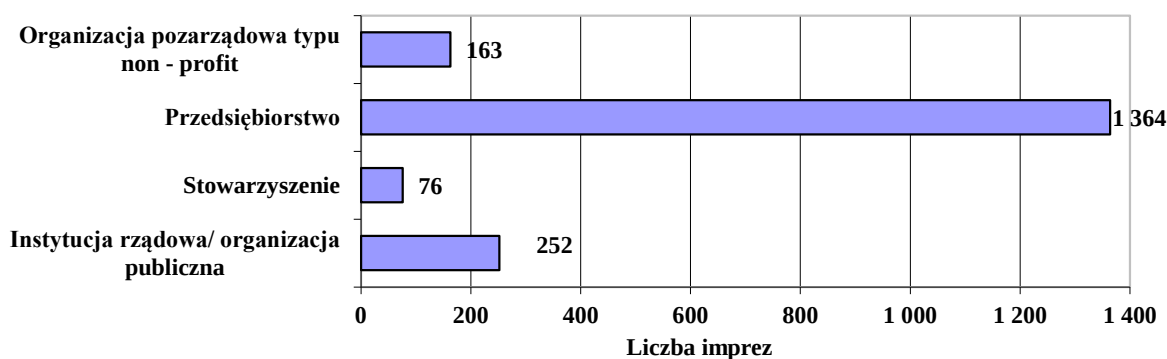
Rysunek 19. Miesięczny rozkład liczby poszczególnych typów imprez biznesowych zorganizowanych w Krakowie w 2012 roku

Źródło: Opracowanie własne na podstawie bazy PCB POT.

W podsumowaniu stwierdza się, że miesiącem najbogatszym w spotkania i wydarzenia biznesowe był marzec – zorganizowano wtedy najwięcej konferencji i kongresów, podobnie relatywnie dużo pozostałych imprez.

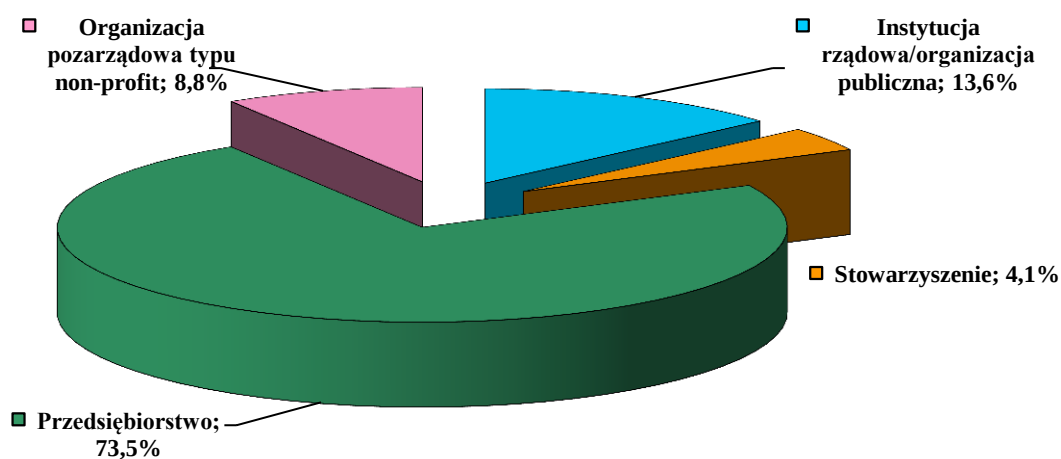
4.2.4. Spotkania biznesowe według zleceniodawcy imprezy

Kolejnym celem badań była identyfikacja zleceniodawców imprez z rynku przemysłu spotkań przeprowadzanych w Krakowie. Analizując rozkład spotkań biznesowych ze względu na zleceniodawcę imprezy, należy stwierdzić, że najwięcej tego typu eventów w 2012 r. zorganizowanych zostało przez przedsiębiorstwa (1364 imprez, tj. około $\frac{3}{4}$ wszystkich imprez z rynku przemysłu spotkań przeprowadzanych w Krakowie) – zob. Rysunek 20 i Rysunek 21.



Rysunek 20. Liczba imprez biznesowych zorganizowanych w Krakowie w 2012 roku według zleceniodawcy spotkania

Źródło: Opracowanie własne na podstawie bazy PCB POT.



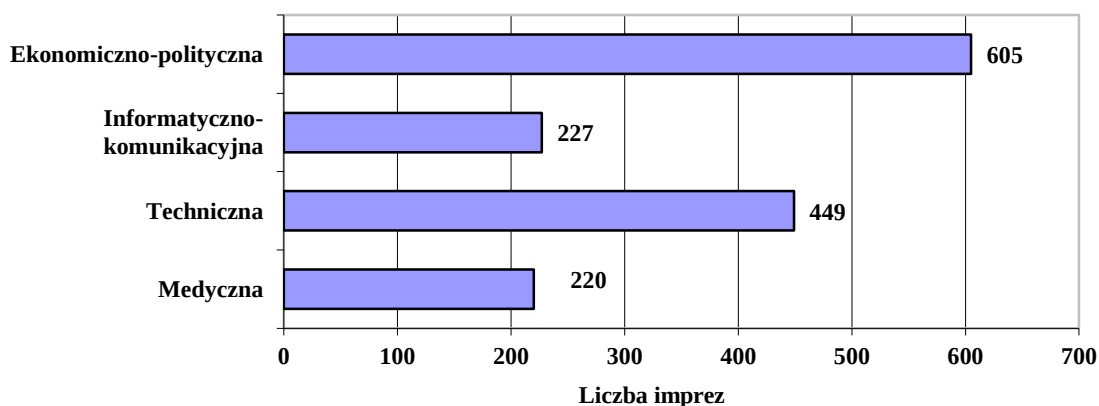
Rysunek 21. Struktura imprez biznesowych zorganizowanych w Krakowie w 2012 roku według zleceniodawcy spotkania

Źródło: Opracowanie własne na podstawie bazy PCB POT.

5-krotnie mniej w porównaniu do tych zorganizowanych przez przedsiębiorstwa, imprez zostało zleconych przez instytucje rządowe/organizacje publiczne (252, tj. 13,6% w stosunku do imprez ogółem). Co się z kolei tyczy dwóch pozostałych badanych zleceniodawców, to zauważa się, że organizacje pozarządowe *non-profit* przeprowadziły ok. 8,8% wszystkich imprez, podczas gdy stowarzyszenia – 4,1%.

4.2.5. Spotkania biznesowe według branży

W Krakowie w 2012 r. dominującą grupą spotkań były spotkania o charakterze ekonomiczno-politycznym (stosowany podział imprez przyjęło się nazywać branżami z angielskiego *sectors*). W ramach tej branży zorganizowano ponad 600 spotkań. Na drugim miejscu znalazły się imprezy o charakterze technicznym. Te dwie branże łącznie wygenerowały w Krakowie ponad tysiąc spotkań. Najmniej – tylko prawie połowę spotkań technicznych – zorganizowano spotkań medycznych (220) – Rysunek 22.



Rysunek 22. Liczba imprez biznesowych zorganizowanych w Krakowie w 2012 roku według branży

Źródło: Opracowanie własne na podstawie bazy PCB POT.

Rozpatrując poszczególne branże pod względem struktury można stwierdzić, że prawie jedna trzecia spotkań to spotkania ekonomiczno-polityczne – zob. Tabela 2.

Tabela 2. Udział poszczególnych imprez biznesowych zorganizowanych w Krakowie w 2012 roku według branży

Branża	Liczba	Procent
Medyczna	220	11,85%
Techniczna	449	24,20%
Informatyczno-komunikacyjna	227	12,23%
Ekonomiczno-polityczna	605	32,61%
Humanistyczna	354	19,08%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie bazy PCB POT.

Prawie jedna czwarta to spotkania techniczne. A co piąta impreza deklarowana była jako humanistyczna (19.08%).

4.2.6. Spotkania biznesowe według czasu trwania

Ważnym aspektem analizy rynku przemysłu spotkań jest czas trwania spotkań i wydarzeń. Jest to spowodowane korzyściami płynącymi z coraz dłuższych spotkań o dużej liczbie uczestników. Analizując spotkania pod względem czasu trwania wyodrębniono trzy kategorie spotkań, tj. spotkania jednodniowe, dwu dniowe i trzy lub więcej dni. W Krakowie najwięcej było spotkań jednodniowych – niemal połowa wszystkich zarejestrowanych w bazie (dokładnie 45,28% – zob. Tabela 3).

Tabela 3. Czas trwania imprez biznesowych zorganizowanych w Krakowie w 2012 roku

Czas trwania	Liczba	Procent
1 dzień	840	45,28%
2 dni	550	29,65%
3 dni lub więcej	465	25,07%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie bazy PCB POT.

Blisko 30% spotkań to spotkania dwudniowe. Natomiast jedna czwarta to spotkania trwające trzy lub więcej dni.

Analizując szczegółowo czas trwania imprez z podziałem na zasięg i kategorię (zob. Tabela 4) warto zauważyć, że:

- wśród międzynarodowych konferencji i kongresów dominują spotkania jednodniowe (40%),
- ponad trzy czwarte międzynarodowych targów i wystaw jest imprezami kilkudniowymi – trwają one trzy dni lub dłużej,

Tabela 4. Czas trwania imprez biznesowych zorganizowanych w Krakowie w 2012 roku ze względu na zasięg oraz kategorię spotkania

Zasięg	Parametr	Kategoria	Czas trwania			Wiersz - Razem
			1 dzień	2 dni	3 dni i dłużej	
Spotkanie międzynarodowe	Liczba	Konferencja/ kongres	80	56	62	198
	% z kolumny		62,99%	56,00%	48,06%	55,62%
	% z wiersza		40,40%	28,28%	31,31%	23,32%
	% z całości		4,31%	3,02%	3,34%	10,67%
	Liczba	Targi/ wystawa	0	2	7	9
	% z kolumny		0,00%	2,00%	5,43%	2,53%
	% z wiersza		0,00%	22,22%	77,78%	24,32%
	% z całości		0,00%	0,11%	0,38%	0,49%
	Liczba	Wydarzenie motywacyjne	1	3	10	14
	% z kolumny		0,79%	3,00%	7,75%	3,93%
	% z wiersza		7,14%	21,43%	71,43%	14,74%
	% z całości		0,05%	0,16%	0,54%	0,75%
	Liczba	Wydarzenie korporacyjne	46	39	50	135
	% z kolumny		36,22%	39,00%	38,76%	37,92%
	% z wiersza		34,07%	28,89%	37,04%	15,45%
	% z całości		2,48%	2,10%	2,70%	7,28%
	Liczba	Ogół	127	100	129	356
	% z kolumny		15,12%	18,18%	27,74%	x
	% z wiersza		35,67%	28,09%	36,24%	x
Spotkanie krajowe	Liczba	Konferencja/ kongres	393	146	112	651
	% z kolumny		55,12%	32,44%	33,33%	43,43%
	% z wiersza		60,37%	22,43%	17,20%	76,68%
	% z całości		21,19%	7,87%	6,04%	35,09%
	Liczba	Targi/ wystawa	14	7	7	28
	% z kolumny		1,96%	1,56%	2,08%	1,87%
	% z wiersza		50,00%	25,00%	25,00%	75,68%
	% z całości		0,75%	0,38%	0,38%	1,51%
	Liczba	Wydarzenie motywacyjne	45	22	14	81
	% z kolumny		6,31%	4,89%	4,17%	5,40%
	% z wiersza		55,56%	27,16%	17,28%	85,26%
	% z całości		2,43%	1,19%	0,75%	4,37%
	Liczba	Wydarzenie korporacyjne	261	275	203	739
	% z kolumny		36,61%	61,11%	60,42%	49,30%
	% z wiersza		35,32%	37,21%	27,47%	84,55%
	% z całości		14,07%	14,82%	10,94%	39,84%
	Liczba	Ogół	713	450	336	1499
	% z kolumny		84,88%	81,82%	72,26%	x
	% z wiersza		47,57%	30,02%	22,41%	x
Razem w kol.	Liczba		840	550	465	1855
	% z całości		45,28%	29,65%	25,07%	x

Źródło: Opracowanie własne na podstawie bazy PCB POT.

- podobnie jak międzynarodowe targi i wystawy bardzo podobnie w przypadku imprez incentive dominują dłuższe wyjazdy,
- wśród konferencji i kongresów krajowych niemal dwie trzecie to spotkania jednodniowe,
- podobnie jak w przypadku międzynarodowych targów i wystaw oraz imprez motywacyjnych w przypadku imprez krajowych również podobnie dominuje ten sam typ spotkań; przy czym w przypadku międzynarodowych najczęściej było imprez kilkudniowych (trzy i więcej dni), natomiast w przypadku imprez krajowych dominują spotkania jednodniowe (połowa wszystkich spotkań w tej kategorii),
- wśród jednodniowych, dwudniowych i dłuższych spotkań międzynarodowych najczęściej jest konferencji i kongresów (odpowiednio 62,99%, 56,00% oraz 48,06%),
- w przypadku imprez krajowych najczęściej jednodniowych spotkań zanotowano w segmencie konferencji i kongresów (55,12%); natomiast w przypadku imprez dwudniowych i dłuższych największy odsetek imprez zanotowano w przypadku wydarzeń korporacyjnych (ok. 60%).

4.2.7. Spotkania biznesowe według gestora obiektu

Spotkania w Krakowie organizowane były przede wszystkim w hotelach (80%). W obiektach tego typu zorganizowano prawie 1500 spotkań – zob. Tabela 5.

Tabela 5. Liczba imprez biznesowych zorganizowanych w Krakowie w 2012 roku ze względu na rodzaj obiektu

Rodzaj obiektu	Liczba	Procent
Hotel	1489	80,26%
Obiekt/sala na specjalne wydarzenia	213	11,48%
Szkoła wyższa	137	7,38%
Centrum wystawiennicze/ kongresowe	16	0,86%

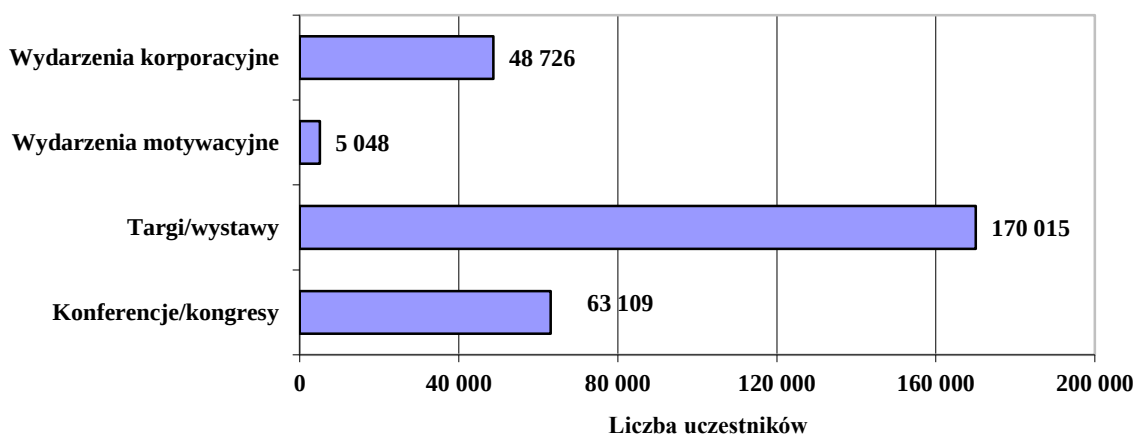
Źródło: Opracowanie własne na podstawie bazy PCB POT.

W dalszej kolejności popularnością cieszyły się odpowiednio obiekty i sale na specjalne wydarzenia (11%) oraz szkoły wyższe (7%). W obiektach na specjalne wydarzenia odbyło się 213 spotkań, natomiast w szkołach wyższych Krakowa 137.

4.3. Uczestnicy imprez przemysłu spotkań w Krakowie w 2012 roku

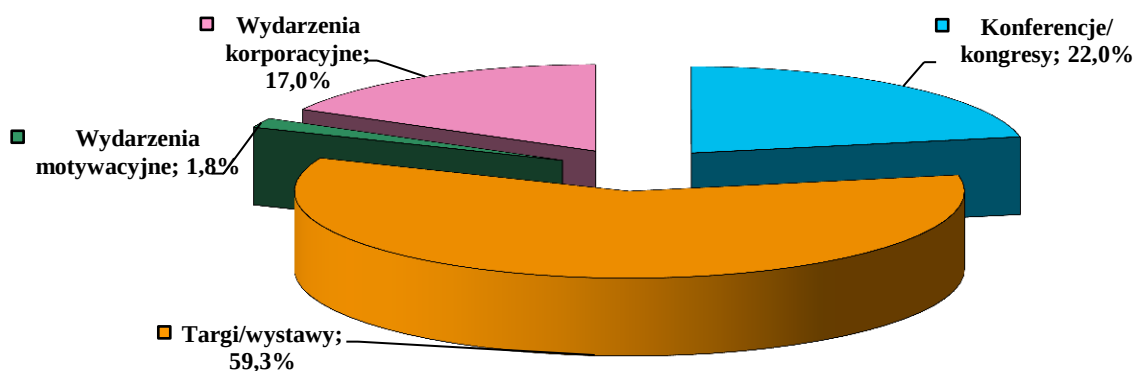
4.3.1. Uczestnicy grupowych spotkań biznesowych według rodzaju imprezy

Według informacji dostarczonych przez gestorów bazy noclegowej i kongresowo-konferencyjnej w Krakowie, obsłużyli oni w 2012 r. 286 898 uczestników grupowych spotkań biznesowych. Dominującą grupą (niemal 60%) byli zwiedzający targi i wystawy (ponad 170 tys. osób). Na kolejnych miejscach uplasowali się goście biorący udział w konferencjach/kongresach (ponad 1/4, tj. ponad 63 tys. osób) oraz uczestnicy wydarzeń korporacyjnych (ok. 17%, tj. prawie 49 tys. osób). Najmniej turystów przybyło do Krakowa w 2012 r. w ramach imprez motywacyjnych (ok. 5 tys. osób, tj. ok. 2% ogółu uczestników imprez typu MICE). Dane te prezentuje Rysunek 23 i Rysunek 24.



Rysunek 23. Liczba uczestników imprez biznesowych obsługiwanych w Krakowie w 2012 roku według rodzaju spotkania

Źródło: Opracowanie własne na podstawie bazy PCB POT..

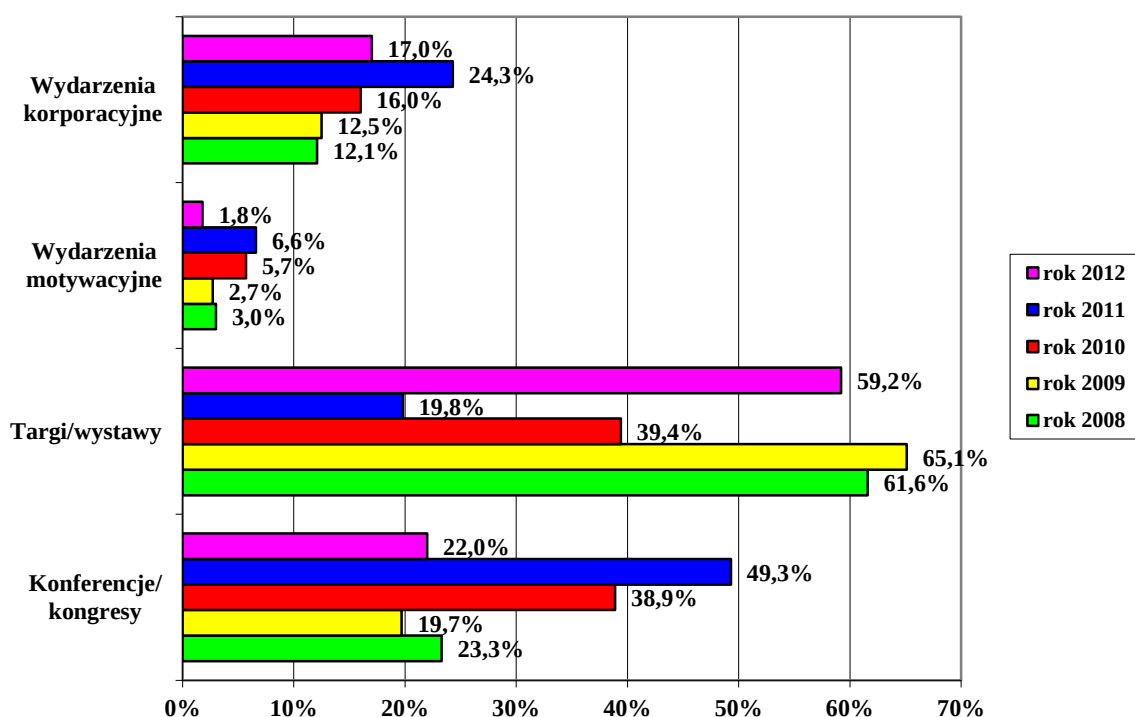


Rysunek 24. Struktura uczestników imprez biznesowych obsługiwanych w Krakowie w 2012 roku według rodzaju spotkania

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Odnosząc liczbę uczestników do liczby spotkań biznesowych należy zauważyć, że w Krakowie w 2012 r. gestorzy bazy obsługiwali przede wszystkim, co oczywiste, duże wystawy i targi (różnica udziałów w strukturze uczestników i imprez to 56,3 pkt% na korzyść uczestników). Natomiast liczebnie małe okazały się wydarzenia korporacyjne i konferencje/kongresy – odsetek imprez dominował nad odsetkiem uczestników odpowiednio o 30,1 pkt% i 23,8 pkt%.

Porównując informacje uzyskane w 2012 r. do wyników badań z lat poprzednich trzeba odnotować, że analogicznie jak w latach 2008-2010 najliczniejszą grupą gości krakowskich spotkań biznesowych byli w roku bieżącym turyści przyjeżdżający do Krakowa na targi i wystawy gospodarcze. Ich odsetek wzrósł w porównaniu do roku poprzedniego prawie trzykrotnie, a w odniesieniu do 2010 r. o prawie 20 pkt% (zob. Rysunek 25). Istotnemu ograniczeniu uległ natomiast dotychczas wzrastający udział uczestników konferencji/kongresów (aż o ponad połowę w stosunku do roku poprzedniego, przez co przestali być oni grupą dominującą), wydarzeń korporacyjnych (o niemal 1/3) oraz imprez motywacyjnych (o prawie 3/4).



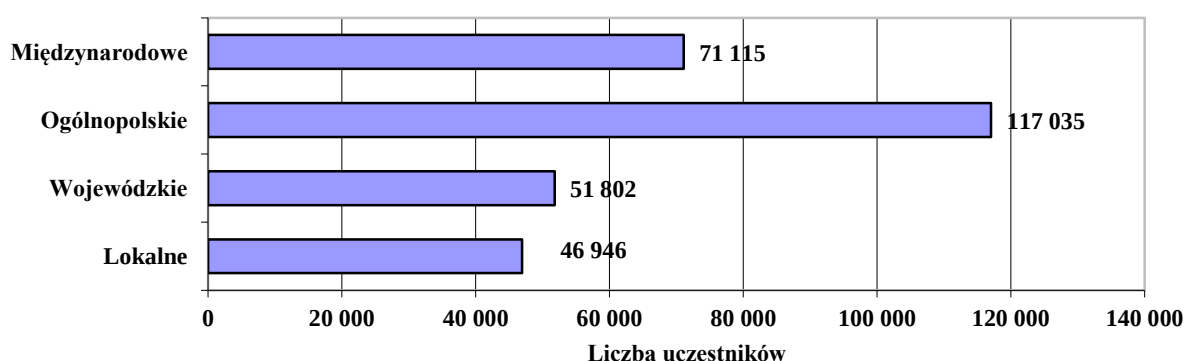
Rysunek 25. Struktura uczestników imprez biznesowych obsługiwanych w Krakowie w latach 2008–2012 według rodzaju spotkania

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań własnych i danych PCB POT.

Zmiany te spowodowały, że rozkład uczestników imprez przemysłu spotkań w Krakowie według rodzaju spotkania był w analizowanym okresie lat 2008-2012 zróżnicowany – wskaźnik podobieństwa struktur na poziomie tylko 53,4%.

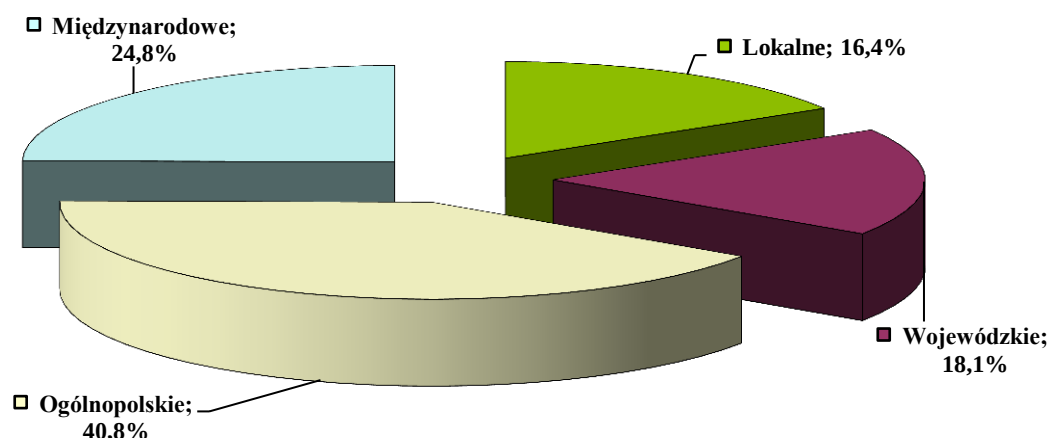
4.3.2. Uczestnicy grupowych spotkań biznesowych według pochodzenia grupy

Jeśli chodzi o podział gości biznesowych obsługiwanych w Krakowie w 2012 r. ze względu na pochodzenie grupy, to najliczniejsi okazali się uczestnicy imprez ogólnopolskich (ponad 117 tys. osób, tj. prawie 41% wszystkich turystów biznesowych w mieście) – zob. Rysunek 26 i Rysunek 27. Na drugim miejscu uplasowali się biorący udział w spotkaniach międzynarodowych – ponad 71 tys. osób, tj. niemal 1/4 ogółu uczestników imprez typu MICE w Krakowie w 2012 r. Najmniej liczni okazali się natomiast turyści przybywający do miasta na imprezy lokalne (ok. 47 tys. osób, tj. 1/8 ogółu gości biznesowych w Krakowie).



Rysunek 26. Liczba uczestników imprez biznesowych obsługiwanych w Krakowie w 2012 roku według pochodzenia grupy

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.



Rysunek 27. Struktura uczestników imprez biznesowych obsługiwanych w Krakowie w 2012 roku według pochodzenia grupy

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Przyjeżdżający do miasta w 2012 r. na imprezy ogólnopolskie prym wiedli we wszystkich rodzajach spotkań – zob. Tabela 6. Dominowali oni zwłaszcza wśród biorących udział w wydarzeniach korporacyjnych (ponad 57%, tj. prawie 27 tys. osób), ale ich wyraźna

przewaga zaznaczyła się także w przypadku uczestników imprez motywacyjnych (prawie 54%, tj. niemal 3 tys. osób). Ponad 1/3 stanowili oni natomiast wśród turystów przybywających do Krakowa na wystawy i targi (ponad 62 tys. osób) i konferencje/zjazdy (ponad 24 tys. osób).

Tabela 6. Struktura uczestników imprez biznesowych obsługiwanych w Krakowie w 2012 roku według rodzaju spotkania i pochodzenia grupy

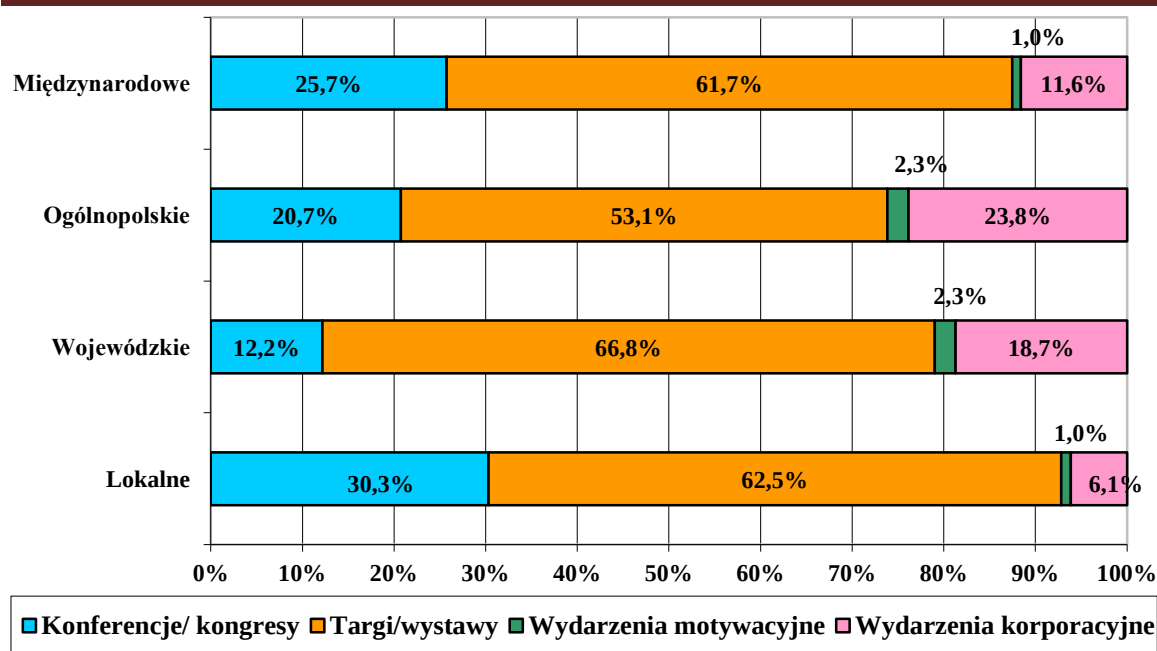
Wyszczególnienie		Lokalne	Wojewódzkie	Ogólnopolskie	Razem krajowe	Międzynarodowe
Konferencje/kongresy	Liczba uczestników	14225	6305	24271	44801	18308
	%	22,54%	9,99%	38,46%	70,99%	29,01%
Targi/wystawy	Liczba uczestników	29350	34620	62150	126120	43895
	%	17,26%	20,36%	36,56%	74,18%	25,82%
Wydarzenia motywacyjne	Liczba uczestników	486	1177	2706	4369	679
	%	9,63%	23,32%	53,61%	86,55%	13,45%
Wydarzenia korporacyjne	Liczba uczestników	2885	9700	27908	40493	8233
	%	5,92%	19,91%	57,28%	83,10%	16,90%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Drugą co do liczebności i udziału grupą w przypadku konferencji/kongresów oraz targów/wystaw byli uczestnicy imprez międzynarodowych (odpowiednio 29%, tj. ponad 18 tys. osób oraz prawie 26%, tj. niemal 44 tys. osób). W przypadku wydarzeń korporacyjnych i imprez motywacyjnych większym odsetkiem niż biorący udział w eventach międzynarodowych charakteryzowali się natomiast ci, którzy uczestniczyli w spotkaniach wojewódzkich – prawie 1/5, tj. niemal 10 tys. osób i prawie 1/4, tj. ok. 0,7 tys. osób (podczas gdy w imprezach międzynarodowych odpowiednio: prawie 17%, tj. ponad 8 tys. osób i ok. 14%, tj. ok. 0,5 tys. osób).

Jeśli chodzi o uczestników imprez lokalnych, to najliczniejszą grupę tworzyli oni wśród biorących udział w konferencjach/kongresach (ponad 1/5, tj. ponad 14 tys. osób) oraz targów i wystaw (ponad 17%, tj. ponad 29 tys. osób).

Należy podkreślić, że zwiedzający targi i wystawy zdecydowanie dominowali we wszystkich rodzajach imprez wydzielonych ze względu na pochodzenie uczestników. Największy udział posiadali oni w przypadku imprez wojewódzkich (prawie 67%), ale ich odsetek w spotkaniach lokalnych i międzynarodowych również był wysoki (odpowiednio prawie 63% i 62%) – zob. Rysunek 28.



Rysunek 28. Struktura uczestników imprez biznesowych obsługiwanych w Krakowie w 2012 roku według pochodzenia grupy i rodzaju spotkania

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

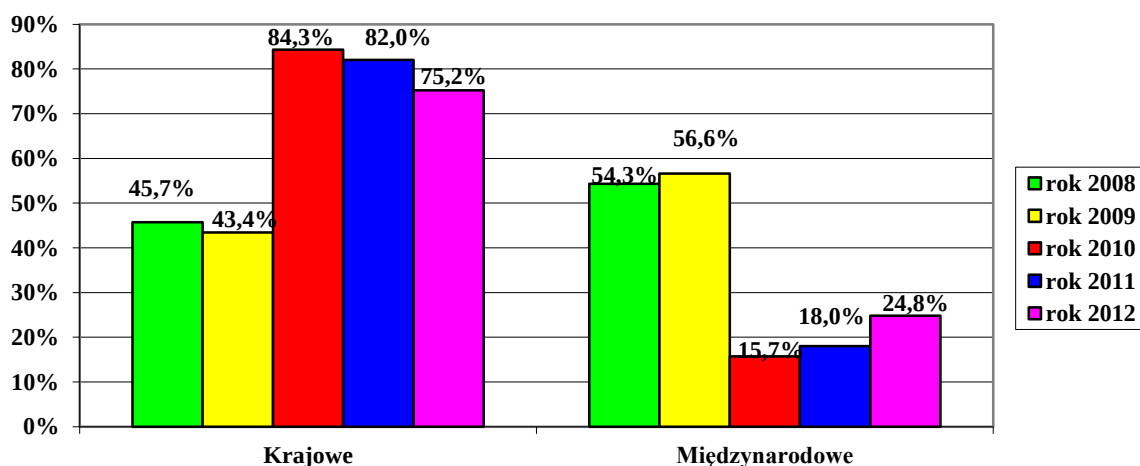
Na drugiej pozycji wśród biorących udział w eventach wojewódzkich i ogólnopolskich uplasowali się uczestnicy wydarzeń korporacyjnych (odpowiednio prawie 1/4 i niemal 1/5), natomiast wśród turystów przybywających do Krakowa na spotkania lokalne i międzynarodowe – goście konferencji/kongresów (odpowiednio ponad 30% i prawie 26%). Najmniejszą grupę we wszystkich typach imprez wydzielonych ze względu na pochodzenie uczestników tworzyli turyści biorący udział w podróżach motywacyjnych (od 1% do 2,3%).

Dzieląc uczestników na tych, którzy wzięli udział w spotkaniach krajowych oraz tych, którzy przybyli na imprezy międzynarodowe¹⁶, należy stwierdzić, że, analogicznie jak w latach poprzednich¹⁷, w 2012 r. zdecydowanie dominowali ci pierwsi. Odwiedzających Kraków z uwagi na spotkania międzynarodowe było natomiast ponad trzy razy mniej – zob. Rysunek 29.

Porównując informacje uzyskane w 2012 r. z danymi z lat poprzednich należy stwierdzić, że w roku bieżącym miały miejsce istotne zmiany w strukturze uczestników, zarówno imprez krajowych (wskaźnik podobieństwa struktur na poziomie 62,4), ale szczególnie wydarzeń międzynarodowych (wskaźnik podobieństwa struktur to tylko 23,88).

¹⁶ W kwestionariuszu ankietowym wykorzystywanym w latach 2009-2011 zaznaczono, że „Imprezę uważa się za międzynarodową, jeżeli jej uczestnicy pochodzą z co najmniej trzech różnych krajów”. Natomiast w 2012 r. przyjęto, że impreza międzynarodowa, to taka, której uczestnicy pochodzą z co najmniej dwóch państw.

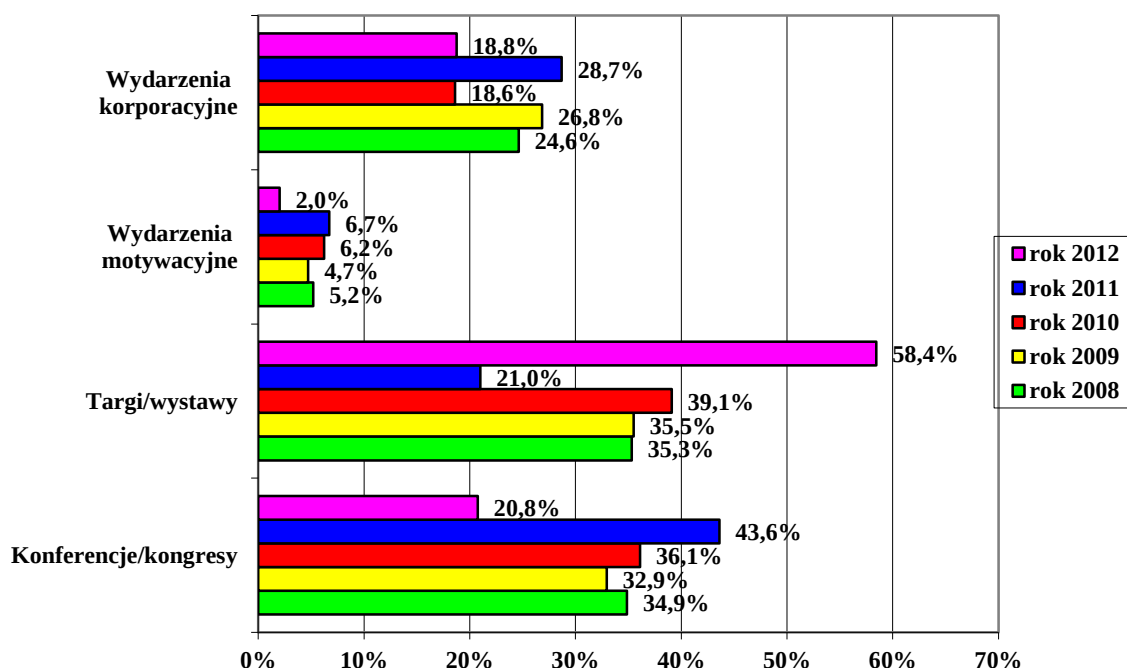
¹⁷ W 2008 i 2009 r. biorący udział w obu typach wydarzeń stanowili zbliżone liczebnie grupy, z nieznaczną przewagą gości imprez międzynarodowych.



Rysunek 29. Struktura uczestników imprez biznesowych obsługiwanych w Krakowie w latach 2008–2012 z podziałem na spotkania krajowe i międzynarodowe

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań własnych i danych PCB POT.

W przypadku spotkań krajowych ponownie (analogicznie jak w latach 2008-2010) dominowali zwiedzający targi i wystawy (ponad 58%), a ich przewaga nad uczestnikami innych rodzajów imprez w 2012 r. była bardzo duża (największa w całym badanym okresie) – zob. Rysunek 30.



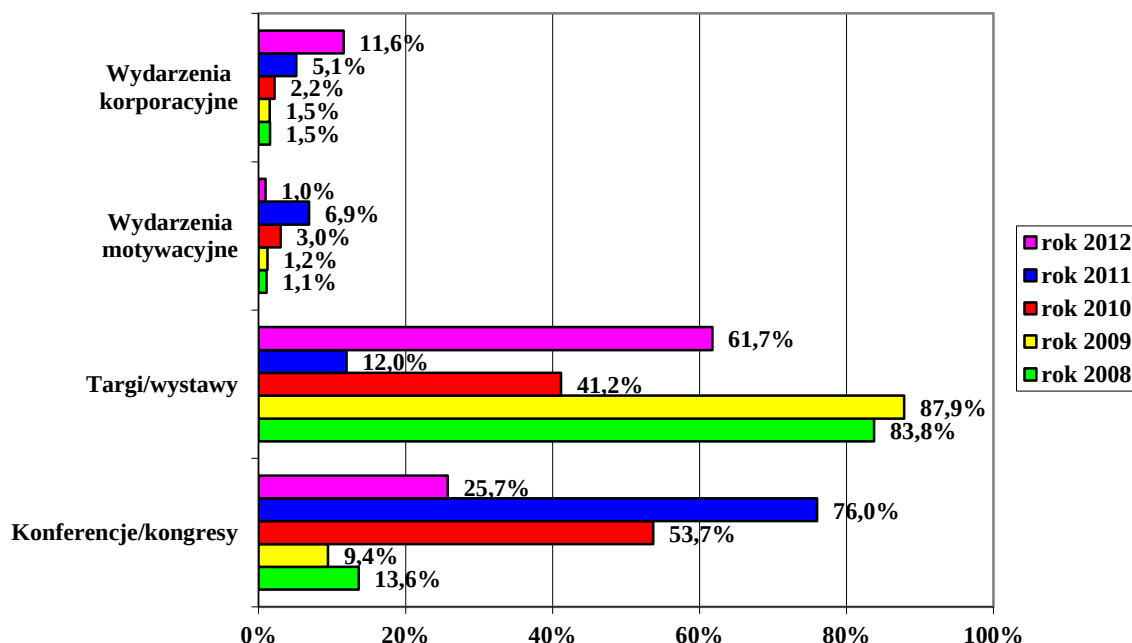
Rysunek 30. Struktura uczestników krajowych imprez biznesowych obsługiwanych w Krakowie w latach 2008–2012 według rodzaju spotkania

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań własnych i danych PCB POT.

Z kolei biorący udział w konferencjach/kongresach utracili swoją pozycję z roku 2011 (kiedy to ich było najwięcej) i przesunęli się na drugie miejsce pod względem odsetka. Także w odniesieniu do uczestników wydarzeń korporacyjnych odnotowano istotny spadek udziału

i powrót do wielkości z 2010 r. W całym badanym okresie tylko turyści przyjeżdżający do Krakowa, aby wziąć udział w imprezie motywacyjnej utrzymali swoje miejsce w hierarchii udziału – niestety ostatnie. Zaobserwowano na dodatek duży spadek ich odsetka – około trzykrotny w relacji do lat poprzednich, zwłaszcza do roku 2009 i 2010.

W grupie uczestników spotkań międzynarodowych zmiany okazały się jeszcze większe – zob. Rysunek 31.



Rysunek 31. Struktura uczestników międzynarodowych imprez biznesowych obsługiwanych w Krakowie w latach 2008–2012 według rodzaju spotkania

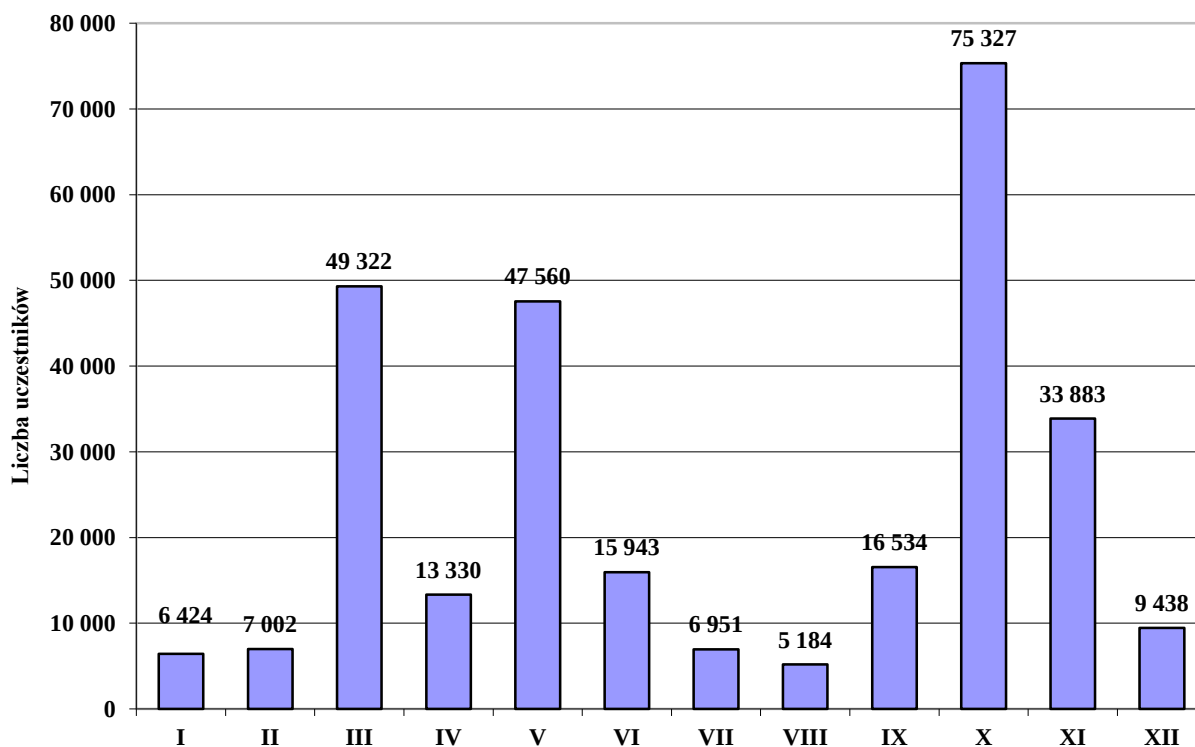
Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań własnych i danych PCB POT.

Odsetek biorących udział w targach/wystawach ponownie był najwyższy (prawie 62%), choć i tak nie osiągnął wielkości z lat 2008-2009. Duży przyrost odnotowano także w przypadku uczestników wydarzeń korporacyjnych, których udział, w przeciwieństwie do roku poprzedniego, był większy niż turystów przyjeżdżających do miasta na imprezy motywacyjne. Zdecydowanie zmniejszył się natomiast w porównaniu z rokiem 2011, a także 2010 procent gości uczestniczących w organizowanych w Krakowie konferencjach/kongresach i imprezach motywacyjnych.

4.3.3. Uczestnicy grupowych spotkań biznesowych w układzie miesięcznym

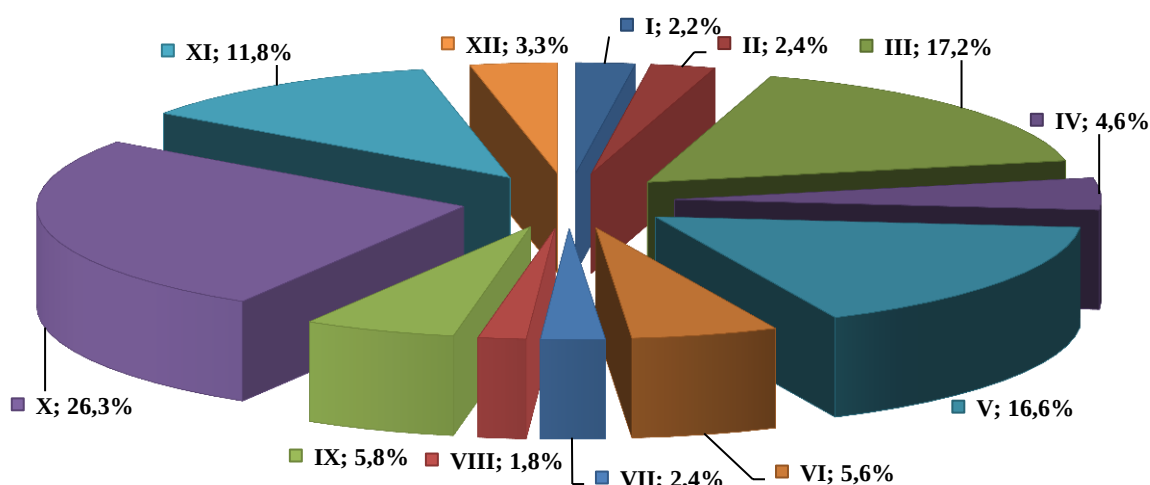
Wyniki uzyskane w 2012 r. dowodzą, że choć najwięcej imprez odbyło się w listopadzie, to najliczniejsza grupa uczestników spotkań biznesowych przyjechała do Krakowa w październiku (ponad 75 tys. osób) – zob. Rysunek 32. Relatywnie dużo gości biorących udział w eventach typu MICE (około 1/6 rocznej liczby) odwiedziło dawną stolicę

Polski także w marcu (ponad 49 tys. osób) i w maju (niemal 48 tys. osób). Te cztery miesiące wygenerowały ponad 60% ruchu biznesowego w mieście w 2012 r. – zob. Rysunek 33.



Rysunek 32. Miesięczny rozkład liczby uczestników imprez biznesowych obsługiwanych w Krakowie w 2012 roku

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.



Rysunek 33. Struktura uczestników imprez biznesowych obsługiwanych w Krakowie w 2012 roku według miesięcy

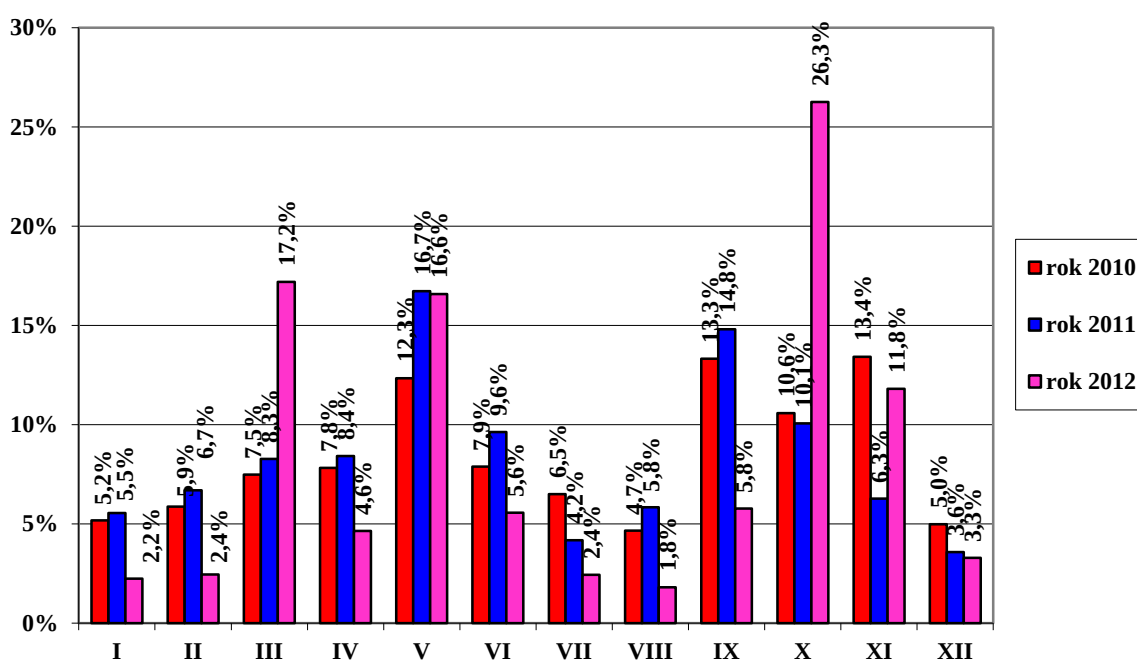
Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Ponad 11% udział w rocznej liczbie gości przybywających do Krakowa celem uczestnictwa w wydarzeniach biznesowych miał listopad (prawie 34 tys. osób), a ok. 5% –

takie miesiące, jak: kwiecień (ponad 13 tys. osób), czerwiec (prawie 16 tys. osób) i wrzesień (prawie 17 tys. osób). Z kolei po około 2% turystów przybyło w styczniu (ponad 6 tys. osób), lutym (ponad 7 tys. osób), sierpniu (prawie 7 tys. osób) i wrześniu (ponad 5 tys. osób). Około 3% odwiedzających zanotowano w grudniu (ponad 9 tys. osób).

Zestawienie informacji dotyczących miesięcznego rozkładu liczby imprez i liczby uczestników, pozwala stwierdzić, że w marcu, maju, październiku i listopadzie organizowano w Krakowie imprezy duże, gdyż udział tych miesięcy pod względem liczby uczestników był większy niż z uwagi na liczbę imprez. W pozostałych miesiącach miała miejsce sytuacja odwrotna, co świadczy o tym, że organizowano wówczas wydarzenia liczebnie mniejsze.

Porównując uzyskane dla 2012 r. wyniki z danymi z lat poprzednich należy stwierdzić, że sezonowość ruchu biznesowego była w roku bieżącym nieco odmienna – wskaźnik podobieństwa struktur to 64,3%. Największe rozbieżności zauważono w październiku i marcu (udział tych miesięcy w 2012 r. był ponad dwukrotnie wyższy niż w latach poprzednich) oraz w styczniu, lutym, lipcu, sierpniu i wrześniu (ich udział w 2012 r. był o ponad połowę mniejszy niż w latach 2010-2011) – zob. Rysunek 34.



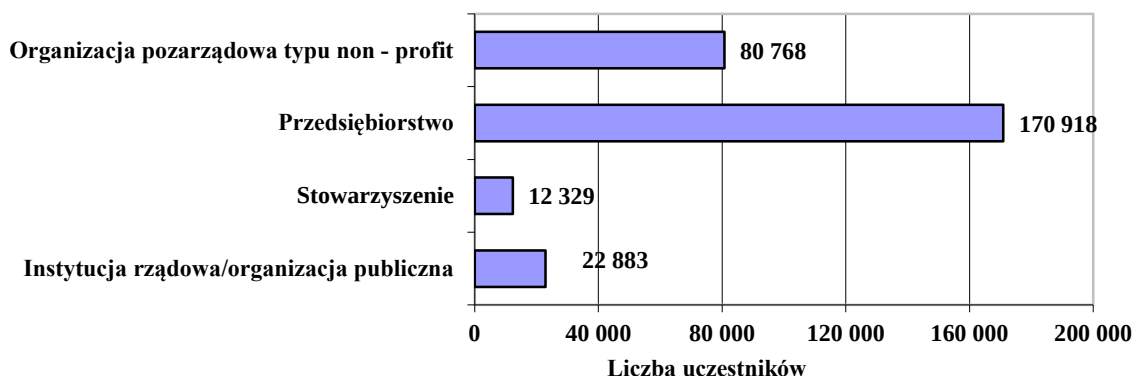
Rysunek 34. Udział poszczególnych miesięcy lat 2010-2012 w rocznej liczbie uczestników spotkań biznesowych obsługiwanych w Krakowie

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań własnych i danych PCB POT.

W rezultacie większą rolę w recepcji ruchu biznesowego zaczął odgrywać październik i marzec, a zdecydowanie stracił na znaczeniu wrzesień.

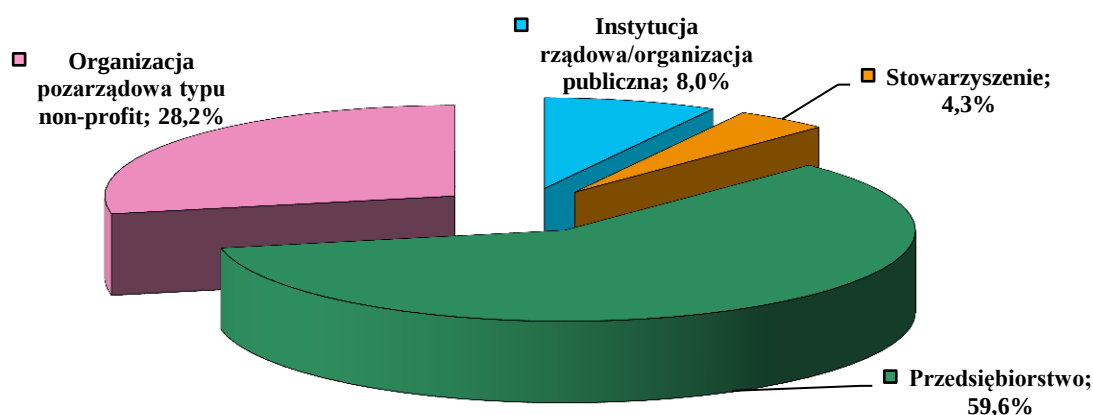
4.3.4. Uczestnicy grupowych spotkań biznesowych według zleceniodawcy imprezy

Analizując rozkład uczestników grupowych spotkań biznesowych ze względu na zleceniodawcę imprezy, należy stwierdzić, że najliczniej turyści przybywali do Krakowa w 2012 r. na imprezy zorganizowane przez przedsiębiorstwa (ponad 170 tys. osób, tj. niemal 60% całorocznego ruchu biznesowego) – zob. Rysunek 35 i Rysunek 36.



Rysunek 35. Liczba uczestników spotkań biznesowych obsługiwanych w Krakowie w 2012 roku wg zleceniodawcy imprezy

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.



Rysunek 36. Struktura uczestników spotkań biznesowych obsługiwanych w Krakowie w 2012 roku wg zleceniodawcy imprezy

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Relatywnie dużo gości przyjechało także na wydarzenia przygotowane na zlecenie organizacji pozarządowych *non-profit* (prawie 81 tys. osób, tj. ponad 28% ogółu turystów biznesowych w 2012 r.). Najmniej osób wzięło natomiast udział w spotkaniach zorganizowanych przez stowarzyszenia (ok. 12 tys., tj. ok. 4% ogółu), a o drugie tyle większa była grupa uczestników eventów przygotowanych na zlecenie instytucji rządowych/organizacji publicznych (ok. 23 tys. osób, tj. 8% ruchu biznesowego w 2012 r.).

4.3.5. Uczestnicy grupowych spotkań biznesowych według branży

Analiza liczby uczestników poszczególnych spotkań według branż pozwala stwierdzić, że dominują spotkania o charakterze humanistycznym (37% wszystkich uczestników; 104 tys. osób) oraz ekonomiczno-politycznym (30% – 87 tys. osób) – zob. Tabela 7.

Tabela 7. Liczba uczestników imprez biznesowych obsługiwanych w Krakowie w 2012 roku według branży

Branża	Liczba uczestników	Udział
Medyczna	37772	13%
Techniczna	48208	17%
Informatyczno-komunikacyjna	8910	3%
Ekonomiczno-polityczna	87231	30%
Humanistyczna	104777	37%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Należy wyjaśnić, iż przyjęta klasyfikacja branżowa może budzić wątpliwości co do nazewnictwa – szczególnie w przypadku kategorii „humanistyczna” oraz „ekonomiczno-polityczna”, natomiast została ona przyjęta w całym kraju i wynika z klasyfikacji stosowanej przez PCB POT. W Krakowie odbyło się 17% spotkań technicznych, co dało prawie 50 tys. uczestników. Częściej niż co dziesiąta impreza była o charakterze medycznym, generując ponad 38 tys. osób przybywających do Krakowa. Najmniej osób było na spotkaniach z zakresu informatyczno-komunikacyjnego (3%; 8910 osób).

4.3.6. Uczestnicy grupowych spotkań biznesowych według czasu trwania imprezy

Spotkania organizowane w Krakowie to głównie spotkania kilkudniowe. Ponad połowa uczestników tych spotkań (55,16%) była na spotkaniach trzydniowych lub dłuższych – zob. Tabela 8. Było to ponad 150 tys. osób.

Tabela 8. Liczba uczestników imprez biznesowych obsługiwanych w Krakowie w 2012 roku według czasu trwania spotkania

Czas trwania	Liczba uczestników	Udział
1 dzień	85064	29,65%
2 dni	43586	15,19%
3 dni i więcej	158248	55,16%
Suma	286898	100,00%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Niemal jedna trzecia uczestników spotkań była w Krakowie przez jeden dzień (29,65% - 85 tys. osób). Najmniej osób było na spotkaniach dwudniowych, tj. 15,19%.

4.3.7. Uczestnicy grupowych spotkań biznesowych według gestora obiektu

Badając organizację poszczególnych kategorii spotkań w różnych obiektach można stwierdzić, że kongresy i konferencje (z punktu widzenia liczby osób) organizowane były głównie w hotelach (54% uczestników spotkań). Drugim preferowanym miejscem był obiekt na specjalne wydarzenie – w tego typu obiektów (sal) brało udział w Krakowie 24% wszystkich uczestników krakowskich spotkań. Co piąty uczestnik spotkania przebywał na imprezie organizowanej na uczelni/szkole wyższej - zob. Tabela 9.

Tabela 9. Liczba uczestników imprez biznesowych obsługiwanych w Krakowie w 2012 roku według obiektów i rodzaju spotkania

Kategoria imprezy	Parametr	Rodzaj obiektu			
		Centrum wystawiennicze/kongresowe	Hotel	Obiekt/ sala na specjalne wydarzenia	Szkoła wyższa
Konferencja/kongres	Liczba	344	34 258	14 972	13 535
	% z kolumny	0%	44%	55%	17%
	% z wiersza	1%	54%	24%	21%
Targi/wystawa	Liczba	101 850	735	1580	65 850
	% z kolumny	100%	1%	6%	82%
	% z wiersza	60%	0%	1%	39%
Wydarzenie motywacyjne	Liczba	0	2369	2679	0
	% z kolumny	0%	3%	10%	0%
	% z wiersza	0%	47%	53%	0%
Wydarzenie korporacyjne	Liczba	0	40 195	7917	614
	% z kolumny	0%	52%	29%	1%
	% z wiersza	0%	82%	16%	1%
	Ogółem	102 194	77 557	27 148	79 999

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Segment targów i wystaw preferowany był głównie w obiektach przygotowanych do tego typu imprez – tj. centrum wystawienniczym lub kongresowym (60% wszystkich uczestników imprez). Na drugim miejscu pod względem osób, co może wydawać się zaskakujące, preferowanym miejscem okazały się szkoły wyższe (39% spotkań).

Wydarzenia motywacyjne to głównie obiekty i sale na specjalne wydarzenia. Nieco mniej niż połowa uczestników tego typu imprez przebywała w hotelach (47%) – taki rezultat jest z pewnością dużym zaskoczeniem i wynika z przyjętej metodyki gromadzenia danych. Prawdopodobnie hotel w wielu przypadkach stanowił bazę noclegową dla imprezy motywacyjnej realizowanej na terenie Krakowa lub często także na terenie Małopolski.

Natomiast głównie hotele dostarczyły informacji o przyjęciu tego typu grup. W przypadku wydarzeń korporacyjnych dominowały również hotele (82%).

Analizując strukturę uczestników imprez w hotelach i uczelniach wyższych, można stwierdzić, że w przypadku hoteli najczęściej było uczestników: wydarzeń korporacyjnych (52%) oraz kongresów i konferencji (44%). W przypadku uczelni wyższych dominowały targi i wystawy (82% uczestników imprez z bazy PCB POT). Wynik ten wydaje się być pewnym zaskoczeniem, ponieważ uczelnie są niejako predysponowane do organizacji kongresów i konferencji z uwagi na swój naukowy charakter. Natomiast jednocześnie posiadają określoną infrastrukturę pozwalającą na organizację targów i wystaw. Kongresy i konferencje stanowiły 17% uczestników imprez w szkołach wyższych.

5. PRZEMYSŁ SPOTKAŃ W MAŁOPOLSCE W 2012 – WYNIKI BADAŃ EMPIRYCZNYCH

5.1. Charakterystyka obiektów

Wśród badanych podmiotów turystycznych dominowały hotele (por. Tabela 10).

Tabela 10. Struktura obiektów badanych w Małopolsce (bez Krakowa)

<i>Kategoria obiektu</i>	<i>Odsetek podmiotów</i>
Hotel	72%
Obiekt/Sala na specjalne wydarzenie	22%
Centrum Wystawiennicze/kongresowe	6%

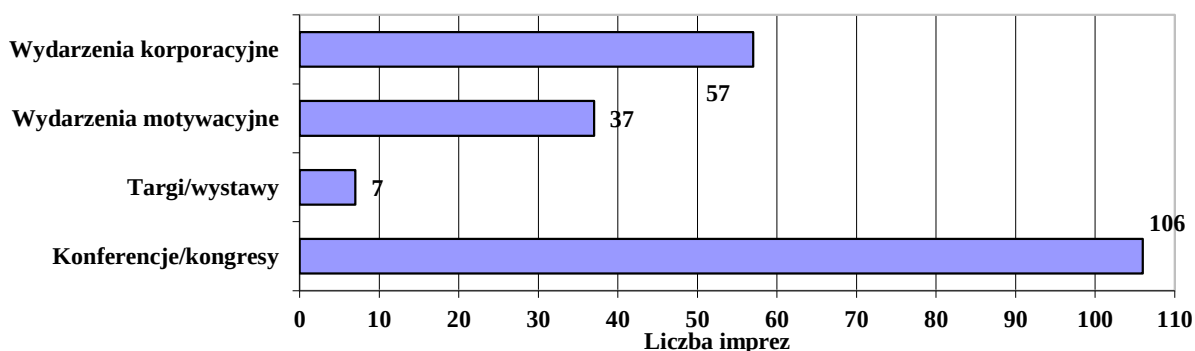
Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Prawie trzy na cztery badane podmioty goszczące spotkanie lub/i wprowadzające dane o imprezach do bazy PCB POT reprezentowały hotele. Natomiast częściej niż co piąty podmiot był reprezentowany przez obiekt lub salę na specjalne wydarzenia (22%). Łącznie w badaniu wzięło udział w Małopolsce (bez Krakowa) 18 podmiotów z różnych miast regionu.

5.2. Imprezy przemysłu spotkań w Małopolsce w 2012 roku

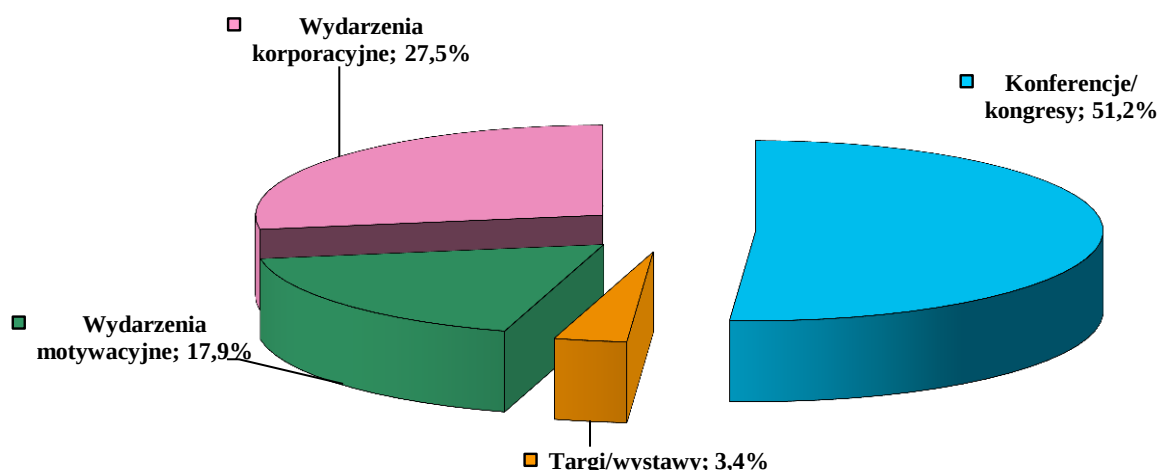
5.2.1. Liczba i struktura rodzajowa imprez przemysłu spotkań

W 2012 r. w obiektach badanych gestorów infrastruktury turystycznej w Małopolsce (bez Krakowa) zorganizowano 207 imprez z zakresu przemysłu spotkań – zarejestrowanych w bazie PCB POT. Połowę z nich stanowiły konferencje i kongresy (106, tj. 51,2% wszystkich imprez z przemysłu spotkań zrealizowanych w Małopolsce) – por. Rysunek 37 i Rysunek 38.



Rysunek 37. Liczba imprez biznesowych zorganizowanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według rodzaju spotkania

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.



Rysunek 38. Struktura imprez biznesowych zorganizowanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według rodzaju spotkania

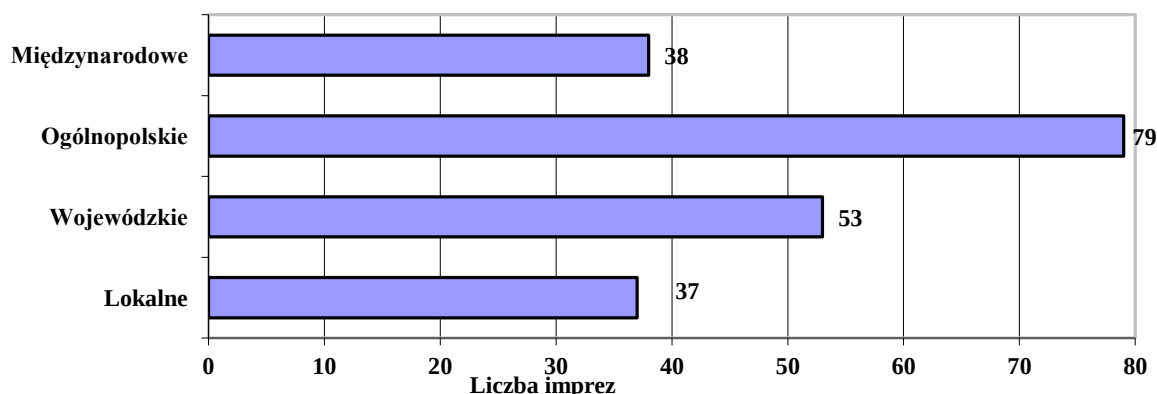
Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

O połowę mniej zorganizowano wydarzeń korporacyjnych (57, tj. 27,5% imprez ogółem). Znacznie mniej w badanym regionie zorganizowano wydarzeń motywacyjnych, a najmniej, bo tylko 7 targów i wystaw.

Należy odnotować, że rozkład imprez biznesowych w Małopolsce różnił się nieznacznie od tego w Krakowie. O ile w Małopolsce dominowały konferencje i kongresy, to w stolicy Małopolski – wydarzenia korporacyjne.

5.2.2. Spotkania biznesowe według pochodzenia grupy

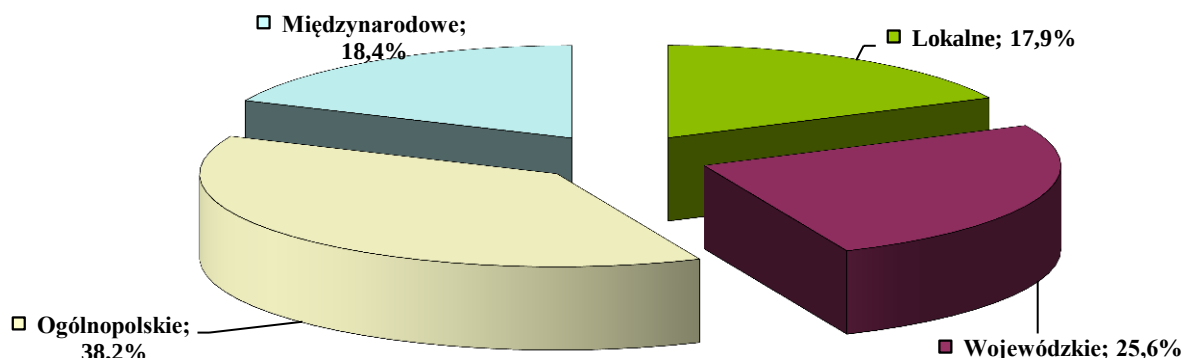
W Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 r. najwięcej zorganizowano imprez i wydarzeń biznesowych o charakterze ogólnopolskim (por. Rysunek 39).



Rysunek 39. Liczba imprez biznesowych zorganizowanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według pochodzenia grupy

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

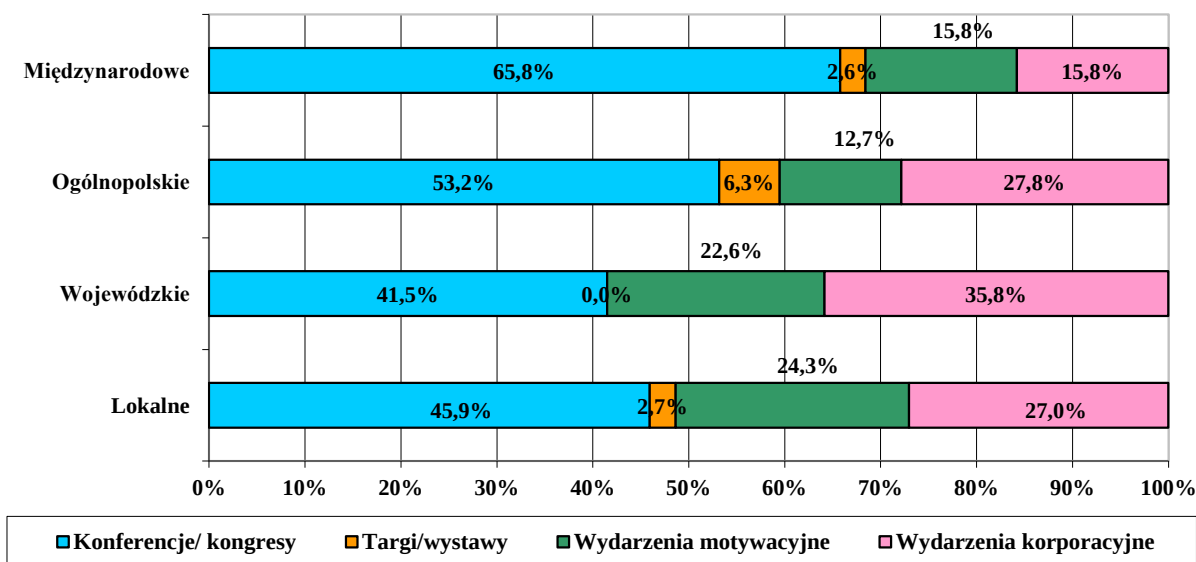
Na drugim miejscu pod omawianym względem uplasowały się imprezy wojewódzkie (53 imprezy, tj. 1/4 ogółu imprez biznesowych w Małopolsce – por. Rysunek 40). Niewiele mniej zorganizowano imprez międzynarodowych, tj. 38, co stanowiło 18,4% wszystkich imprez, i spotkań lokalnych – 37 tego typu eventów.



Rysunek 40. Struktura imprez biznesowych zorganizowanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według pochodzenia grupy

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Najwięcej imprez ogólnopolskich zrealizowanych w Małopolsce w 2012 r. stanowiły konferencje i kongresy – 53,2% (por. Rysunek 41). Istotny odsetek spotkań ogólnopolskich odnotowuje się również w przypadku wydarzeń korporacyjnych, to przeszło 1/4 wszystkich imprez ogólnopolskich.



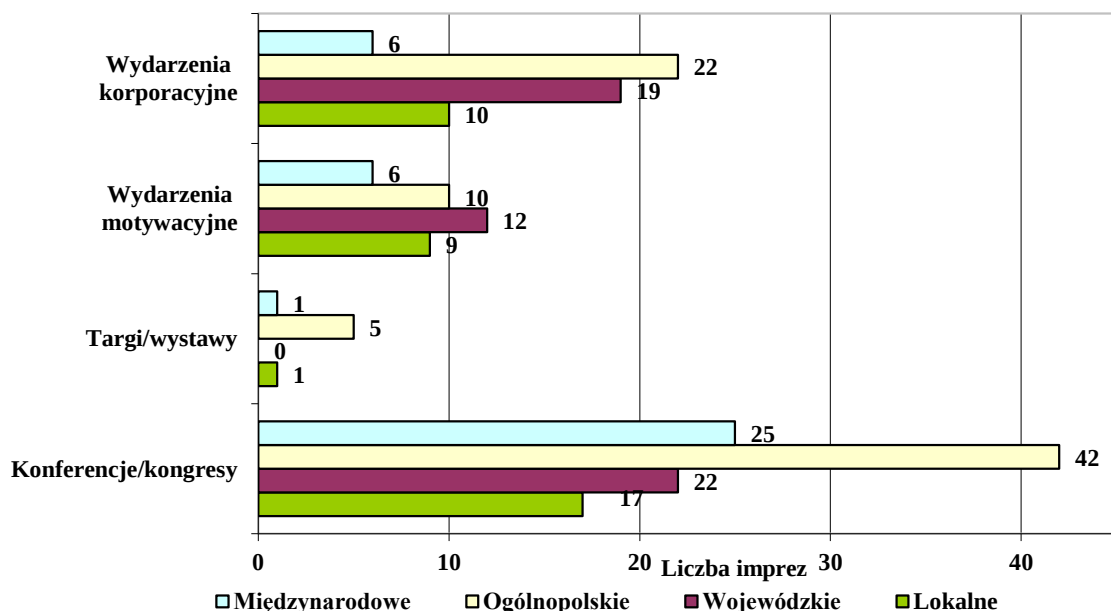
Rysunek 41. Struktura imprez biznesowych zorganizowanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według pochodzenia grupy i rodzaju spotkania

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Patrząc na Rysunek 41 łatwo też zauważyć, że wśród imprez i wydarzeń międzynarodowych dominowały konferencje i kongresy, to 2/3 wszystkich tego typu spotkań. Konferencje i kongresy okazały się również dominującym typem spotkania biznesowego

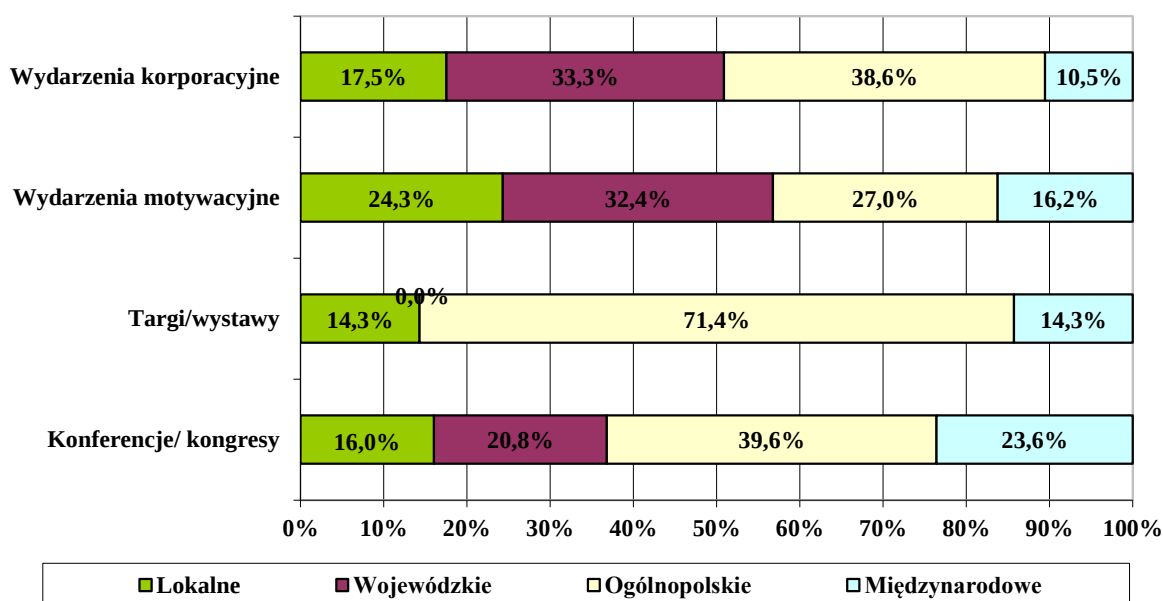
wśród tych o charakterze lokalnym i wojewódzkim (odpowiednio: 45,9% i 41,5%). W odniesieniu do tych ostatnich należy podkreślić, że co trzecie spotkanie wojewódzkie to wydarzenie korporacyjne.

Jeśli przyjrzeć się najliczniejszym imprezom biznesowym, tj. konferencjom kongresom, to najwięcej tego typu imprez miało charakter ogólnopolski (42 tego typu imprezy, tj. prawie 40% wszystkich konferencji – por. Rysunek 42 i Rysunek 43).



Rysunek 42. Liczba imprez biznesowych zorganizowanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według rodzaju spotkania i pochodzenia grupy

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.



Rysunek 43. Struktura imprez biznesowych zorganizowanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według rodzaju spotkania i pochodzenia grupy

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Wyraźnie trzeba zaznaczyć, że co piąta tego typu impreza miała charakter międzynarodowy. Inny rozkład ujawnia się odnośnie do wydarzeń korporacyjnych i wydarzeń motywacyjnych, przy czym struktury tego typu imprez, biorąc pod uwagę pochodzenie grupy, wykazywały duże podobieństwo (wskaźnik podobieństwa wyniósł 87,4%). Wśród nich dominowały imprezy ogólnopolskie i wojewódzkie (ogólnopolskie odpowiednio: 38,6% i 27%; wojewódzkie: 33,3% i 32,4%). Z kolei targi i wystawy to w zdecydowanej mierze spotkania ogólnopolskie (71,4% spośród wszystkich targów i wystaw – por. Rysunek 43).

Z punktu widzenia miasta i gestorów bazy ważną informacją jest ustalenie liczby i struktury imprez międzynarodowych¹⁸. Tych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 r. odbyło się 38 – por. Tabela 11.

Tabela 11. Liczba krajowych i międzynarodowych imprez biznesowych zorganizowanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku wg rodzaju spotkania

Pochodzenie grupy	Kategoria wydarzenia	Parametr	Liczba / Odsetek
Międzynarodowa	Konferencja/ kongres	Liczba	25
		% z kolumny	65,79%
	Targi/wystawa	Liczba	1
		% z kolumny	2,63%
	Wydarzenie motywacyjne	Liczba	6
		% z kolumny	15,79%
	Wydarzenie korporacyjne	Liczba	6
		% z kolumny	15,79%
Liczba Ogółem			38
Krajowa	Konferencja/ kongres	Liczba	81
		% z kolumny	47,93%
	Targi/wystawa	Liczba	6
		% z kolumny	3,55%
	Wydarzenie motywacyjne	Liczba	31
		% z kolumny	18,34%
	Wydarzenie korporacyjne	Liczba	51
		% z kolumny	30,18%
Liczba Ogółem			169
Razem w kol.		Liczba	207

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Znacznie więcej zorganizowano imprez krajowych. Jeśli przyjrzeć się imprezom międzynarodowym to dominowały one, jak zresztą sugerowano wcześniej, w przypadku

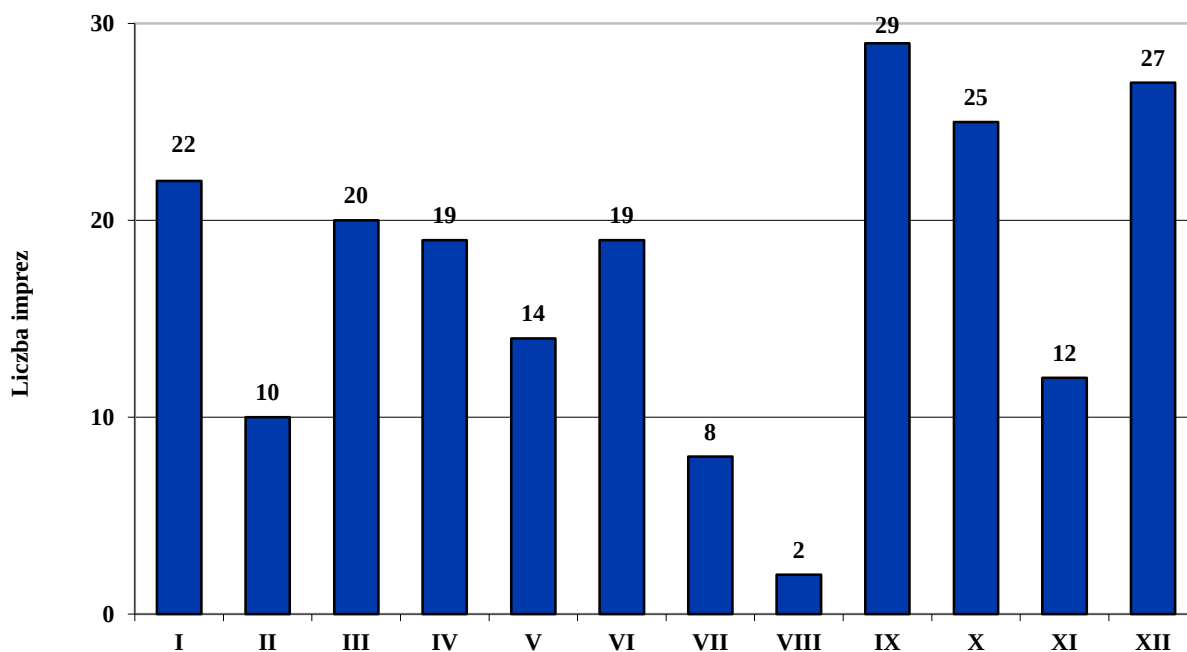
¹⁸ Za imprezę międzynarodową uznaje się spotkanie, którego uczestnicy pochodzą z co najmniej 2 krajów.

konferencji i kongresów. Natomiast międzynarodowych wydarzeń korporacyjnych i wydarzeń motywacyjnych było tyle samo w badanym okresie, tj. po 6 tego typu spotkań.

W świetle przedstawionych rozważań można stwierdzić, że tym co różni Kraków od Małopolski, jako miejsca recepcji przemysłu spotkań, to rozkład imprez biznesowych według pochodzenia grupy. W obu miejscach recepcji przemysłu spotkań największy był udział imprez ogólnopolskich, ale tym na co należy zwrócić uwagę, a co różniło oba miejsca recepcji to wysoka lokata (3-cia w kolejności) imprez międzynarodowych na rynku Małopolski (na rynku krakowskim imprezy międzynarodowe zajęły ostatnią 4-tą pozycję biorąc pod uwagę ich liczbę). Ponadto najwięcej imprez ogólnopolskich zrealizowanych w Małopolsce w 2012 r. stanowiły konferencje i kongresy, inaczej niż w Krakowie, gdzie dominowały pod tym względem wydarzenia korporacyjne.

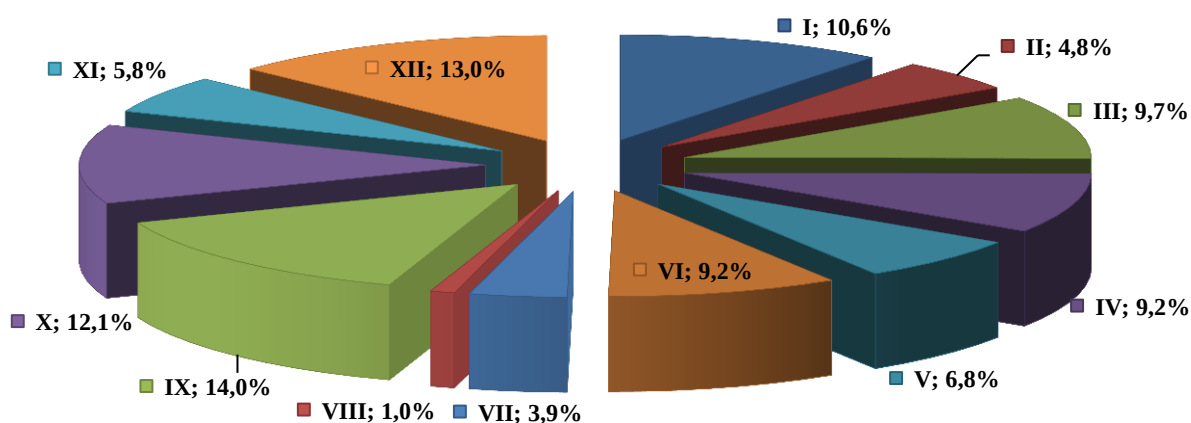
5.2.3. Spotkania biznesowe w układzie miesięcznym

Z punktu widzenia miasta i gestorów bazy turystycznej w Małopolsce (bez Krakowa) istotny jest rozkład imprez w ciągu roku. W 2012 r. na terenie Małopolski najwięcej imprez biznesowych zrealizowano na przełomie III i IV kwartału roku (z wyjątkiem miesiąca listopada) oraz w pierwszym miesiącu I kwartału. Miesiącem kulminacyjnym imprez okazał się wrzesień. Odnotowano wtedy 29 spotkań, co stanowiło 14% wszystkich imprez w ciągu roku. Szczegółowe informacje prezentują Rysunek 44 i Rysunek 45. Najmniej tego typu eventów odnotowano w miesiącach wakacyjnych, tj. sierpniu i lipcu, a ponadto w lutym.



Rysunek 44. Miesięczny rozkład liczby imprez biznesowych zorganizowanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku

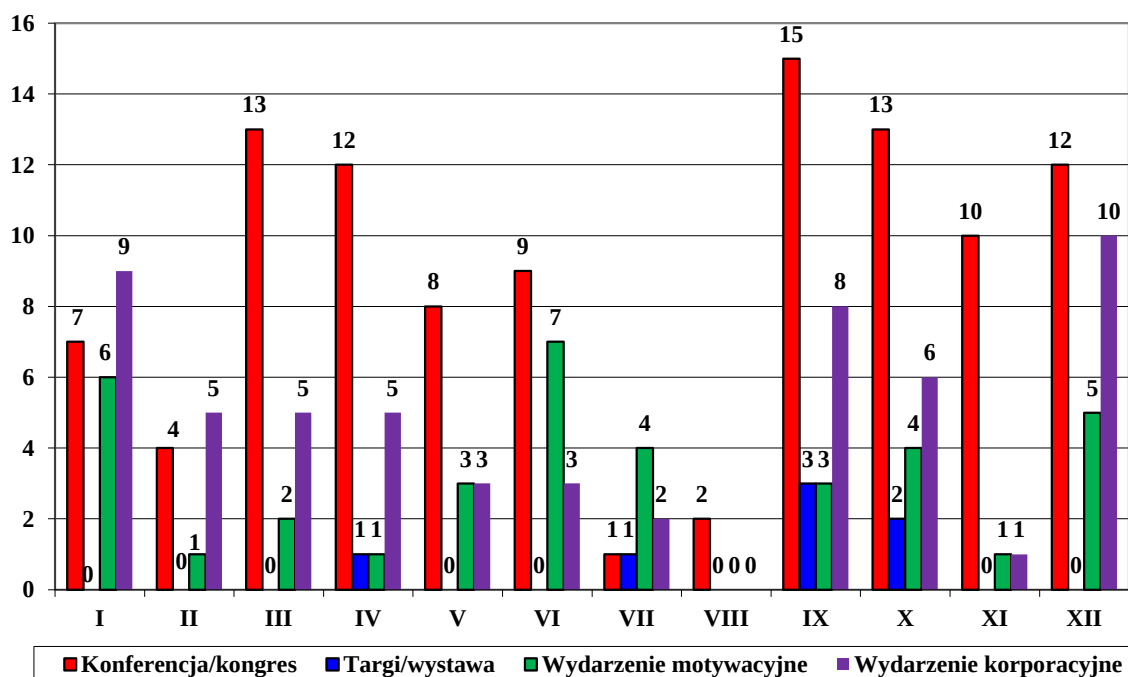
Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.



Rysunek 45. Struktura imprez biznesowych zorganizowanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według miesięcy

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Rozpatrując miesięczny rozkład poszczególnych typów spotkań i wydarzeń biznesowych zauważa się, że najwięcej konferencji i kongresów odbyło się przede wszystkim we wrześniu (wtedy zorganizowano 15 tego typu imprez), a ponadto w październiku, marcu, kwietniu i grudniu (por. Rysunek 46); najmniej z kolei w miesiącach typowo wakacyjnych, tj. w sierpniu i lipcu.



Rysunek 46. Miesięczny rozkład liczby poszczególnych rodzajów imprez biznesowych zorganizowanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

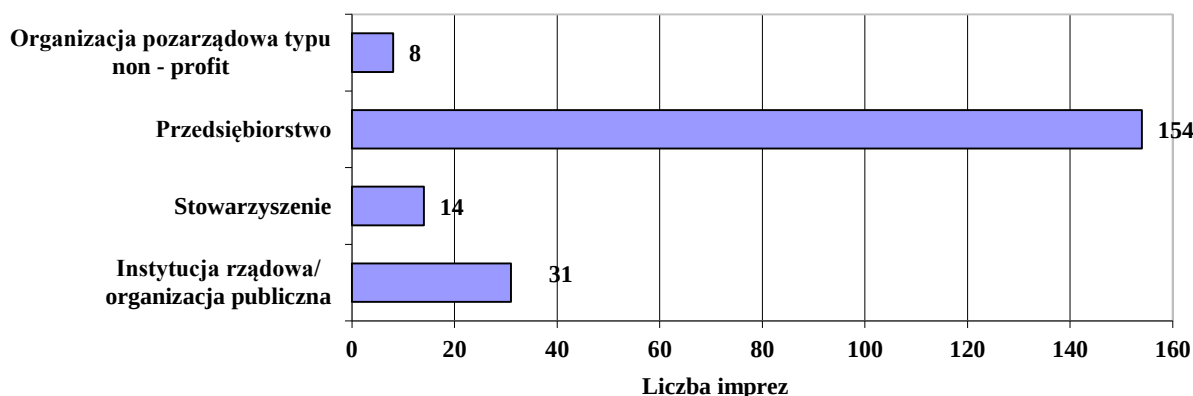
Miesiące wakacyjne nie były również atrakcyjne dla pozostałych typów eventów. Przeciwnie zaś, za najbardziej atrakcyjne miesiące pod względem liczby zrealizowanych imprez biznesowych uznaje się grudzień i styczeń w przypadku wydarzeń korporacyjnych,

czerwiec - w odniesieniu do wydarzeń motywacyjnych, oraz wrzesień jeśli mowa o targach i wystawach. Szczegółowe dane prezentuje Rysunek 46.

W podsumowaniu stwierdza się, że miesiącem najbogatszym w spotkania i wydarzenia biznesowe na terenie Małopolski (bez Krakowa) był wrzesień; inaczej więc niż w stolicy Małopolski, gdzie tym najaktywniejszym miesiącem pod względem zorganizowanych imprez i wydarzeń biznesowych był marzec.

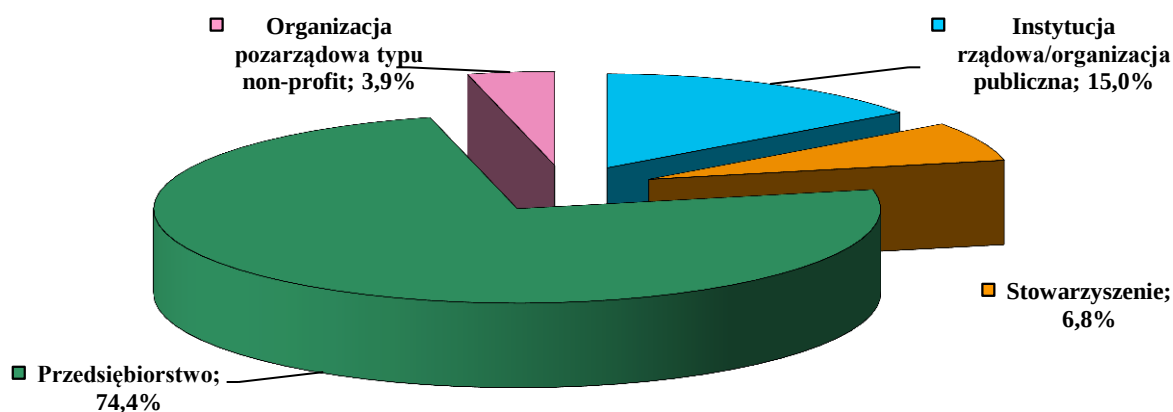
5.2.4. Spotkania biznesowe według zleceniodawcy imprezy

Kolejnym celem badań była identyfikacja zleceniodawców imprez z rynku przemysłu spotkań przeprowadzanych w Małopolsce (bez Krakowa). Analizując rozkład spotkań biznesowych ze względu na zleceniodawcę imprezy, należy stwierdzić, że najwięcej tego typu eventów w 2012 r. zorganizowanych zostało przez przedsiębiorstwa (154 imprez, tj. około $\frac{3}{4}$ wszystkich imprez z rynku przemysłu spotkań przeprowadzanych w Małopolsce) – zob. Rysunek 47 i Rysunek 48.



Rysunek 47. Liczba imprez biznesowych zorganizowanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według zleceniodawcy spotkania

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.



Rysunek 48. Struktura imprez biznesowych zorganizowanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według zleceniodawcy spotkania

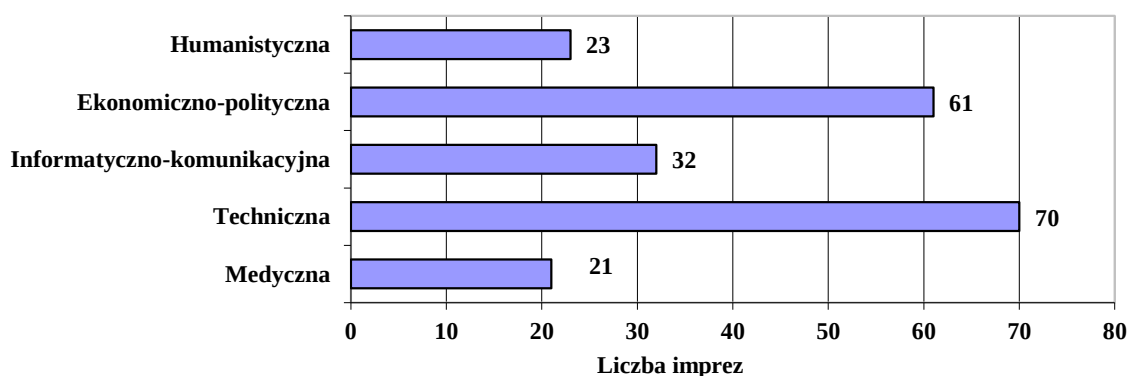
Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

5-krotnie mniej w porównaniu do tych zorganizowanych przez przedsiębiorstwa, imprez zostało zleconych przez instytucje rządowe/organizacje publiczne (31, tj. 15,0% w stosunku do imprez ogółem). Co się z kolei tyczy dwóch pozostałych badanych zleceńodawców, to zauważa się, że stowarzyszenia zorganizowały 6,8% wszystkich imprez, podczas gdy organizacje pozarządowe *non-profit* – ok. 3,9%.

W podsumowaniu należy stwierdzić, że opisany rozkład imprez zorganizowanych w Małopolsce nie odbiega od tego zaobserwowanego w stolicy regionu.

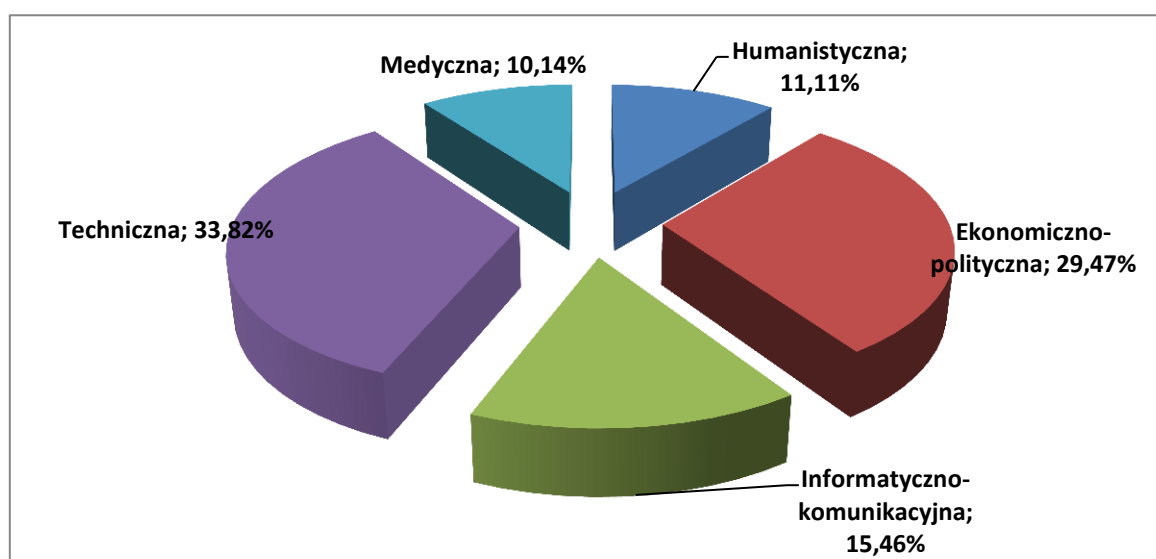
5.2.5. Spotkania biznesowe według branż

Badanie spotkań biznesowych ze względu na branże odnosi się do pięciu ich rodzajów: humanistyczna, ekonomiczno-polityczna, informatyczno-komunikacyjna, techniczna oraz medyczna. Najwięcej spotkań związanych było z techniką (70 spotkań stanowiących ponad jedną trzecią wszystkich spotkań w regionie) – zob. Rysunek 49 i Rysunek 50.



Rysunek 49. Liczba imprez biznesowych zorganizowanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według branż

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.



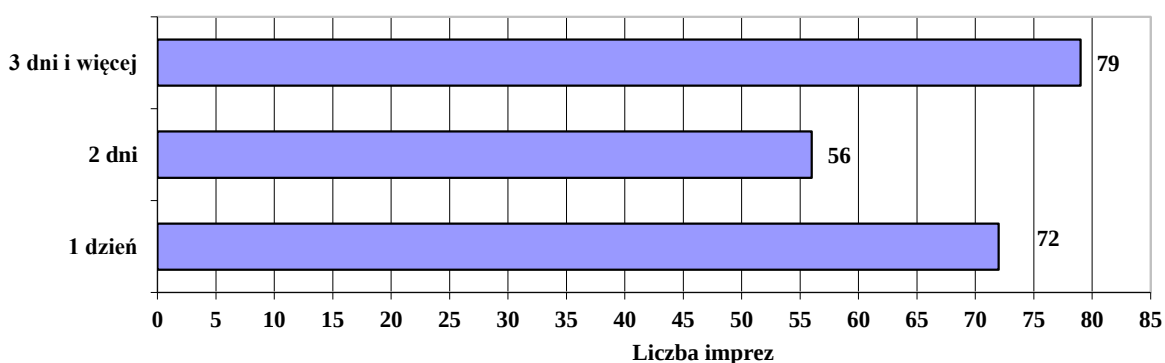
Rysunek 50. Struktura imprez biznesowych zorganizowanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według branż

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Na drugim miejscu znajdowały się spotkania ekonomiczno-polityczne (61 spotkań, czyli 29,5%). Zaskoczeniem może wydawać się stosunkowo mała liczba spotkań medycznych (jedynie 23 spotkania, 10,1%).

5.2.6. Spotkania biznesowe według czasu trwania

Jednym z istotnych parametrów charakteryzujących przemysł spotkań w każdym mieście i regionie jest długość trwania poszczególnych imprez. Istotność tego parametru wynika z faktu, iż rosnąca długość trwania imprezy implikuje zamawianie dodatkowych noclegów, posiłków, a często również programów turystycznych lub kulturalnych dla uczestników lub/i osób towarzyszących. To wszystko przekłada się na przychody gestorów oraz organizatorów spotkań. Z uwagi na czytelność wyników wyodrębniono trzy kategorie imprez, tj. imprezy jednodniowe (najczęściej nie generujące noclegów), dwudniowe (o najczęściej co najmniej jednym noclegu¹⁹) oraz trzydniowe lub dłuższe związane z kilkoma noclegami. Struktura spotkań w Małopolsce była stosunkowo jednolita, tj. nieznacznie dominowały imprezy dłuższe (trzy dni lub dłużej) – 79 spotkań (38,1%). Na drugim miejscu były spotkania jednodniowe (zarejestrowane 72 spotkania stanowiące 34,8%). Najmniej było spotkań dwudniowych. Jednak różnica między tymi liczbami imprez nie była dominująca w żadnym przypadku, co nie daje podstaw do dokonywania jednoznacznych przypuszczeń dotyczących preferowanych rodzajów spotkań w Małopolsce (por. Rysunek 51).



Rysunek 51. Liczba imprez biznesowych zorganizowanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według czasu trwania spotkania

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Analizując kategorie konferencji i kongresów międzynarodowych zauważalne jest dominowanie imprez wielodniowych (60% spotkań), podczas gdy w przypadku krajowych występuje nieznaczna przewaga spotkań dwudniowych nad dwoma pozostałymi rodzajami spotkań pod względem czasu trwania – zob. Tabela 12.

¹⁹ W przypadku wydarzeń dwudniowych często uczestnicy przybywają dzień wcześniej lub pozostają jeden dzień dłużej – głównie w celach turystycznych.

Tabela 12. Struktura krajowych i międzynarodowych imprez biznesowych zorganizowanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według rodzaju spotkania i czasu jego trwania

Pochodzenie grupy	Parametr	Kategoria wydarzenia	Czas trwania			Wiersz - Razem
			1 dzień	2 dni	3 dni i więcej	
Międzynarodowa	Liczba	Konferencja/kongres	9	1	15	25
	% z kolumny		69,23%	25,00%	71,43%	65,79%
	% z wiersza		36,00%	4,00%	60,00%	23,58%
	Liczba	Targi/wystawa	1	0	0	1
	% z kolumny		7,69%	0,00%	0,00%	2,63%
	% z wiersza		100,00%	0,00%	0,00%	14,29%
	Liczba	Wydarzenie motywacyjne	1	2	3	6
	% z kolumny		7,69%	50,00%	14,29%	15,79%
	% z wiersza		16,67%	33,33%	50,00%	16,22%
	Liczba	Wydarzenie korporacyjne	2	1	3	6
	% z kolumny		15,38%	25,00%	14,29%	15,79%
	% z wiersza		33,33%	16,67%	50,00%	10,53%
Ogół	Liczba		13	4	21	38
	% z kolumny		18,06%	7,14%	26,58%	
	% z wiersza		34,21%	10,53%	55,26%	
Krajowa	Liczba	Konferencja/kongres	23	31	27	81
	% z kolumny		38,98%	59,62%	46,55%	47,93%
	% z wiersza		28,40%	38,27%	33,33%	76,42%
	Liczba	Targi/wystawa	2	3	1	6
	% z kolumny		3,39%	5,77%	1,72%	3,55%
	% z wiersza		33,33%	50,00%	16,67%	85,71%
	Liczba	Wydarzenie motywacyjne	16	8	7	31
	% z kolumny		27,12%	15,38%	12,07%	18,34%
	% z wiersza		51,61%	25,81%	22,58%	83,78%
	Liczba	Wydarzenie korporacyjne	18	10	23	51
	% z kolumny		30,51%	19,23%	39,66%	30,18%
	% z wiersza		35,29%	19,61%	45,10%	89,47%
Ogół	Liczba		59	52	58	169
	% z kolumny		81,94%	92,86%	73,42%	
	% z wiersza		34,91%	30,77%	34,32%	
Razem w kolumnie	Liczba		72	56	79	207

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

W przypadku spotkań krajowych 38,27% wydarzeń to dwudniowe, natomiast 33,33% to trzy dniowe i dłuższe. Jedynie 28,40% to spotkania jednodniowe.

Wśród spotkań jednodniowych o charakterze międzynarodowym najwięcej było konferencji i kongresów (69,23%), a w dalszej kolejności wydarzeń korporacyjnych (15,38%). Najdłuższe wydarzenia krajowe to głównie konferencje i kongresy (46,55% wszystkich wydarzeń w bazie) oraz wydarzenia korporacyjne 39,66%.

5.2.7. Spotkania biznesowe według gestora obiektu

Bardzo ważnym aspektem analiz przemysłu spotkań jest wiedza dotycząca rodzajów obiektów przyjmujących dane spotkania. W przeprowadzonym badaniu w Małopolsce zanotowane zostały kategorie obiektów, tj. obiekty/sale na specjalne wydarzenia, hotele i centra wystawiennicze/kongresowe. Ten ostatni rodzaj obiektu zarejestrował w bazie jedynie jedno spotkanie, co wydaje się zaskakująco niskim wynikiem biorąc pod uwagę wysokie koszty utrzymania tego rodzaju obiektów.

Najwięcej, bo 142 spotkania, zostały zorganizowane w małopolskich hotelach – zob. Tabela 13. Stanowiło to niemal 70% wszystkich spotkań zanotowanych w bazie.

Tabela 13. Liczba i odsetek imprez biznesowych zorganizowanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według rodzaju obiektu

<i>Kategoria gestora</i>	<i>Liczba imprez</i>	<i>Odsetek</i>
Obiekt/Sala na specjalne wydarzenie	64	30,92%
Hotel	142	68,60%
Centrum Wystawiennicze/kongresowe	1	0,48%

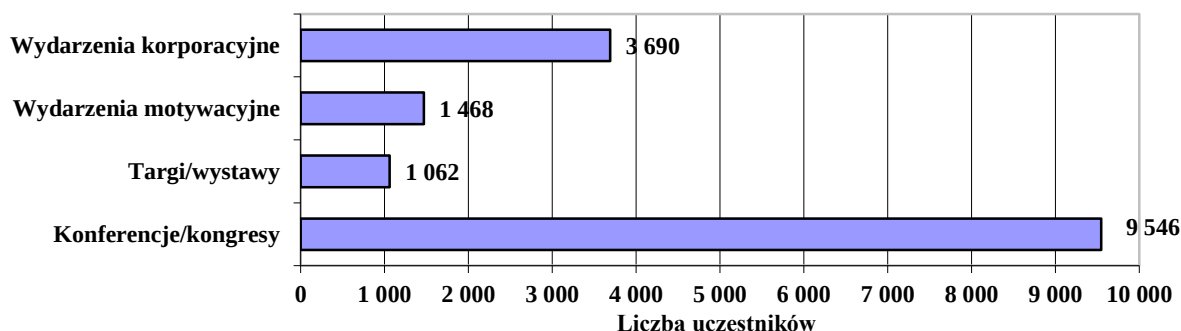
Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Na drugim miejscu, z udziałem niemal jednej trzeciej spotkań, były imprezy zorganizowane w obiekcie lub sali na specjalne wydarzenia (64 spotkania).

5.3. Uczestnicy imprez biznesowych w Małopolsce w 2012 roku

5.3.1. Uczestnicy grupowych spotkań biznesowych według rodzaju imprezy

Według informacji dostarczonych przez gestorów bazy noclegowej i kongresowo-konferencyjnej w Małopolsce (bez Krakowa) obsłużono w 2012 r. 15 766 uczestników grupowych spotkań biznesowych. Dominującą grupą (ponad 60%) były osoby biorące udział w konferencjach/kongresach (niemal 10 tys.) – zob. Rysunek 52.

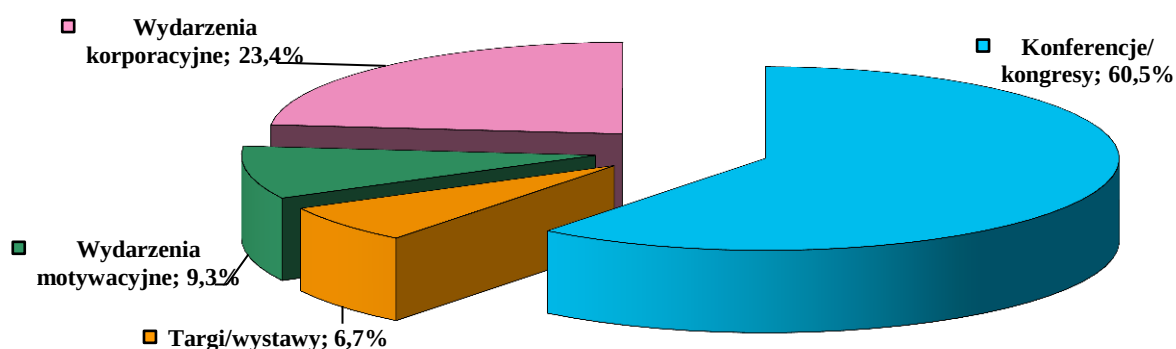


Rysunek 52. Liczba uczestników imprez biznesowych obsłużonych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według rodzaju spotkania

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Na kolejnym miejscu uplasowali się turyści przyjeżdżający na wydarzenia

korporacyjne (prawie 1/4, tj. ok. 4 tys. osób). Najmniej gości przybyło do Małopolski w 2012r. zwiedzać targi i wystawy (ok. 1 tys., tj. ok. 7%) oraz w ramach imprez motywacyjnych (ok. 1,5 tys., tj. ok. 9% ogółu uczestników wydarzeń typu MICE – zob. Rysunek 53).



Rysunek 53. Struktura uczestników imprez biznesowych obsługiwanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według rodzaju spotkania

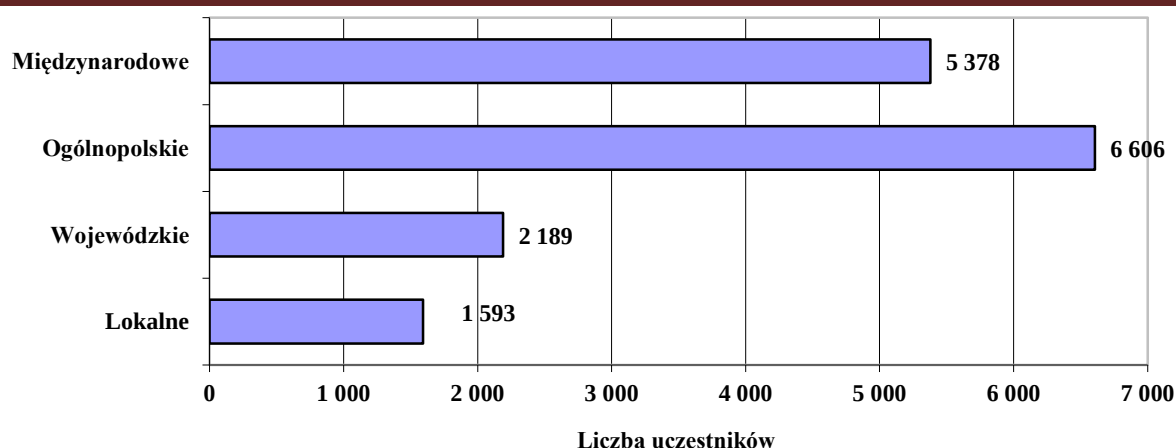
Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Odnosząc udział uczestników do udziału spotkań biznesowych należy zauważyć, że w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 r. gestorzy bazy obsługiwali przede wszystkim duże konferencje/kongresy oraz wystawy i targi (różnica w strukturze uczestników i imprez to odpowiednio 9,34 pkt% i 3,35 pkt% na korzyść tych pierwszych). Natomiast liczebnie małe okazały wydarzenia motywacyjne i korporacyjne – odsetek imprez dominował nad odsetkiem uczestników odpowiednio o 8,56 pkt% i 4,13 pkt%.

Warto podkreślić, że o ile do stolicy Małopolski najwięcej gości biznesowych przyjechało zwiedzać targi i wystawy, to w pozostałej części regionu dominowali uczestnicy konferencji/kongresów.

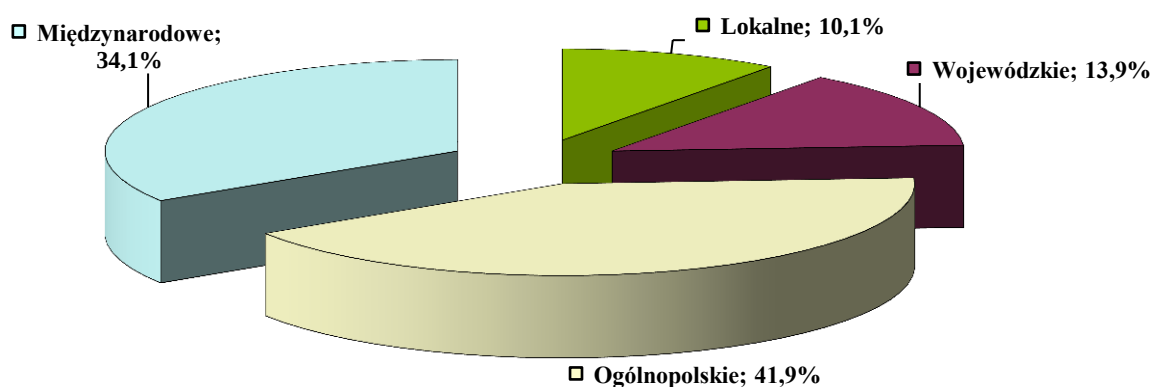
5.3.2. Uczestnicy grupowych spotkań biznesowych według pochodzenia grupy

Jeśli chodzi o podział gości biznesowych obsługiwanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 r. ze względu na pochodzenie grupy, to najliczniejsi okazali się uczestnicy imprez ogólnopolskich (prawie 7 tys. osób, tj. prawie 42% wszystkich turystów biznesowych w regionie) – zob. Rysunek 54 i Rysunek 55. Na drugim miejscu uplasowali się biorący udział w spotkaniach międzynarodowych – ponad 5 tys. osób, tj. ponad 1/3 ogółu uczestników imprez typu MICE w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 r. Najmniej liczni byli natomiast turyści przybywający do regionu na wydarzenia lokalne (ok. 2 tys. osób, tj. 1/10 ogółu) i wojewódzkie (ponad 2 tys. osób, tj. 14% wszystkich gości biznesowych w Małopolsce).



Rysunek 54. Liczba uczestników imprez biznesowych obsługiwanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według pochodzenia grupy

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.



Rysunek 55. Struktura uczestników imprez biznesowych obsługiwanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według pochodzenia grupy

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Z porównania liczby imprez i liczby uczestników wynika, że eventy lokalne i wojewódzkie to spotkania liczebnie niewielkie (udział tych imprez był większy od udziału ich uczestników odpowiednio o 7,77 pkt% i 11,72 pkt%). Z kolei wydarzenia ogólnopolskie, a szczególnie międzynarodowe charakteryzowały się dużą frekwencją uczestników (udział tych imprez był mniejszy od udziału osób biorących w nich udział odpowiednio o 3,74 pkt% i 15,75 pkt%).

Przyjeżdżający do Małopolski (bez Krakowa) w 2012 r. na imprezy ogólnopolskie prym wiodli tylko w dwóch rodzajach spotkań – zob. Tabela 14. Zdecydowanie dominowali oni wśród zwiedzających targi/wystawy (94%, tj. prawie 1 tys. osób), a ich duży udział odnosił się także do osób uczestniczących w wydarzeniach korporacyjnych (prawie 43%, tj. ok. 2 tys. osób).

Tabela 14. Struktura uczestników imprez biznesowych obsługiwanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według rodzaju spotkania i pochodzenia grupy

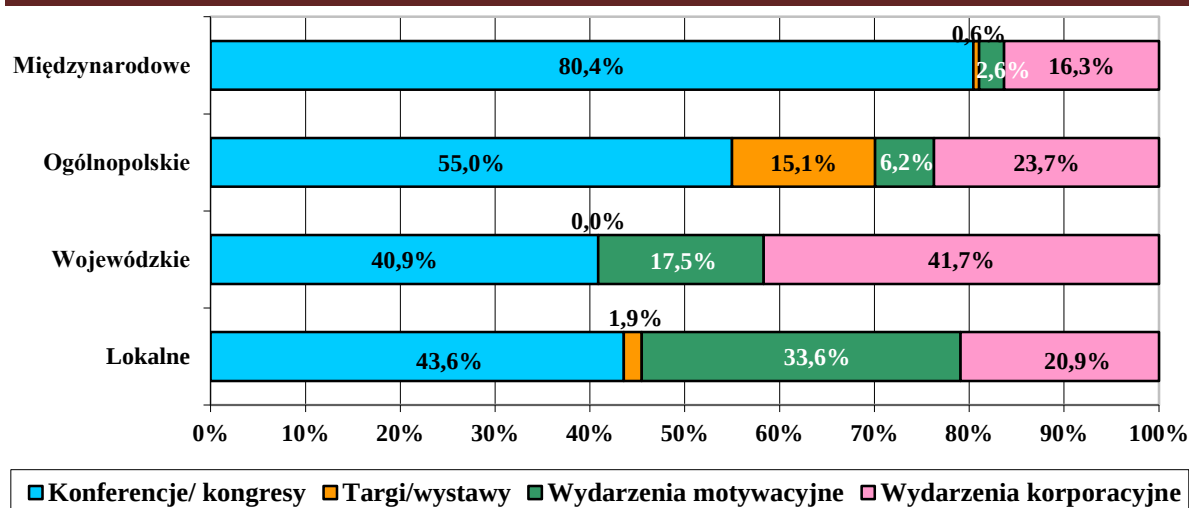
Wyszczególnienie		Lokalne	Wojewódzkie	Ogólnopolskie	Razem krajowe	Międzynarodowe
Konferencje/kongresy	Liczba uczestników	694	895	3632	5221	4325
	%	7,27%	9,38%	38,05%	54,69%	45,31%
Targi/wystawy	Liczba uczestników	30	0	998	1028	34
	%	2,82%	0,00%	93,97%	96,80%	3,20%
Wydarzenia motywacyjne	Liczba uczestników	536	382	409	1327	141
	%	36,51%	26,02%	27,86%	90,40%	9,60%
Wydarzenia korporacyjne	Liczba uczestników	333	912	1567	2812	878
	%	9,02%	24,72%	42,47%	76,21%	23,79%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Wśród turystów przybywających do regionu na konferencje/zjazdy uczestnicy spotkań ogólnopolskich stanowili tylko około 1/3 ogółu (niemal 4 tys. osób), a większym odsetkiem w imprezach tego rodzaju charakteryzowali się ci, którzy brali udział w wydarzeniach międzynarodowych (ponad 45%, tj. ponad 4 tys. osób). Z kolei w grupie uczestników imprez motywacyjnych większy odsetek niż turystów biorących udział w spotkaniach ogólnopolskich (prawie 30%, tj. ok. 0,4 tys. osób) zaobserwowano w przypadku gości przyjeżdżających do Małopolski na eventy lokalne (prawie 37%, tj. ponad 0,5 tys. osób).

Jeśli chodzi o uczestników imprez wojewódzkich, to najliczniejszą grupę (ok. 1/4) tworzyli oni wśród biorących udział w wydarzeniach motywacyjnych i korporacyjnych (odpowiednio prawie 0,4 tys. osób i ponad 0,9 tys. osób).

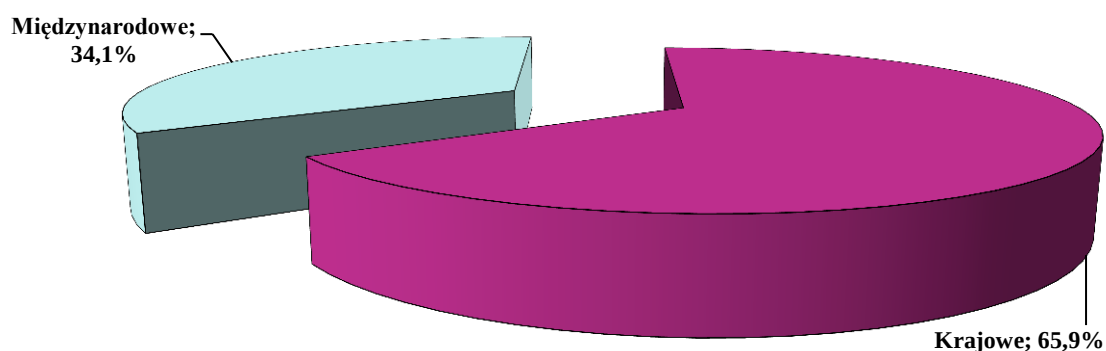
Należy podkreślić, że biorący udział w konferencjach/kongresach zdecydowanie dominowali w niemal wszystkich rodzajach imprez wydzielonych ze względu na pochodzenie uczestników – z wyjątkiem eventów wojewódzkich. Największy udział posiadali oni w przypadku wydarzeń międzynarodowych (ponad 80%), ale ich odsetek w spotkaniach ogólnopolskich i lokalnych był również wysoki (odpowiednio 55% i prawie 44%) – zob. Rysunek 56. W imprezach wojewódzkich natomiast nieco większy odsetek niż uczestników konferencji/kongresów (prawie 41%) zaobserwowano wśród gości wydarzeń korporacyjnych (prawie 42%).



Rysunek 56. Struktura uczestników imprez biznesowych obsługiwanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według pochodzenia grupy i rodzaju spotkania

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Dzieląc uczestników na tych, którzy wzięli udział w spotkaniach krajowych oraz tych, którzy przybyli na imprezy międzynarodowe²⁰, należy stwierdzić, że w 2012 r. w Małopolsce (bez Krakowa) dominowali ci pierwsi – zob. Rysunek 57. Odwiedzających region z uwagi na spotkania międzynarodowe było natomiast około połowę mniej.



Rysunek 57. Struktura uczestników imprez biznesowych obsługiwanych w Małopolsce (bez Krakowa) w latach 2008–2012 z podziałem na spotkania krajowe i międzynarodowe

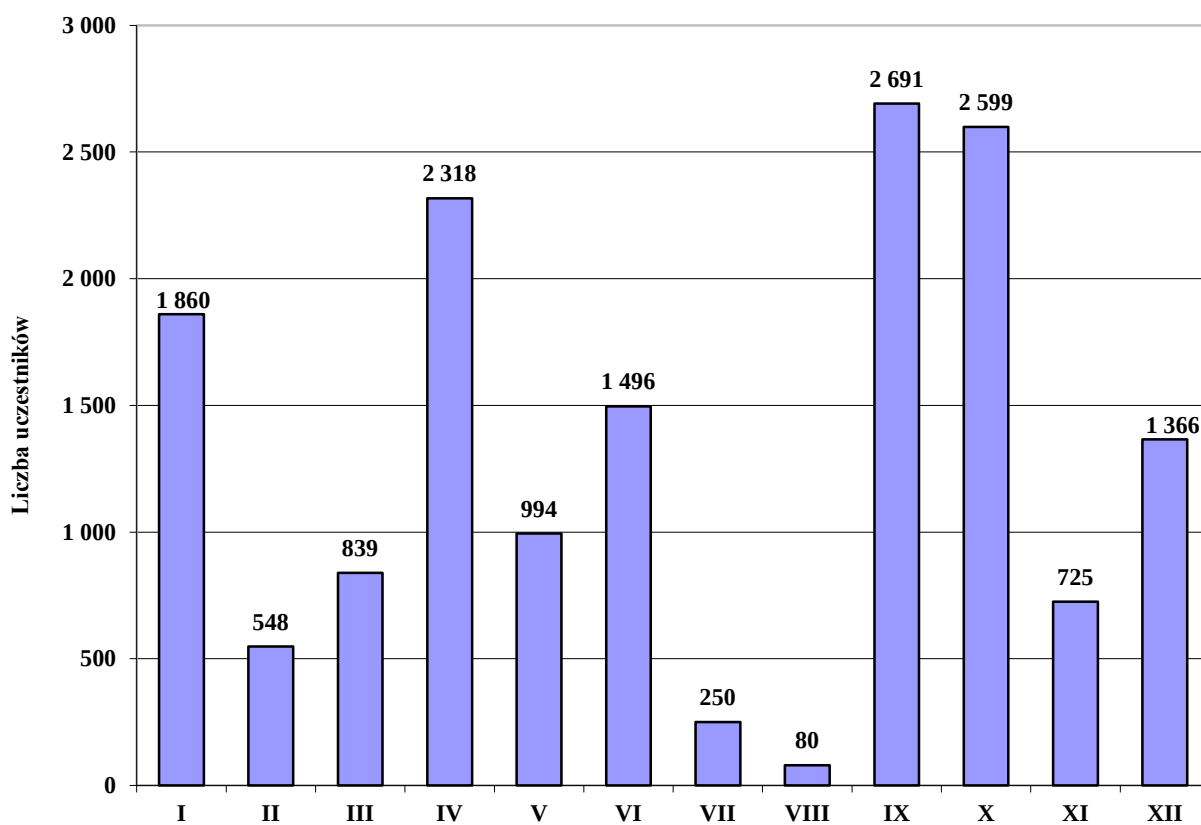
Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Na koniec trzeba zauważyć, że struktura uczestników wydarzeń biznesowych ze względu na pochodzenie grupy nie odbiegała w Krakowie od tej, którą zaobserwowano na terenie pozostałej części województwa małopolskiego. Jedną różnicą to ta, że nieznacznie większy odsetek (o 9,3 pkt%) stanowili w regionie goście biorący udział w spotkaniach międzynarodowych.

²⁰ W 2012 r. przyjęto, że impreza międzynarodowa to taka, której uczestnicy pochodzą z co najmniej dwóch państw.

5.3.3. Uczestnicy grupowych spotkań biznesowych w układzie miesięcznym

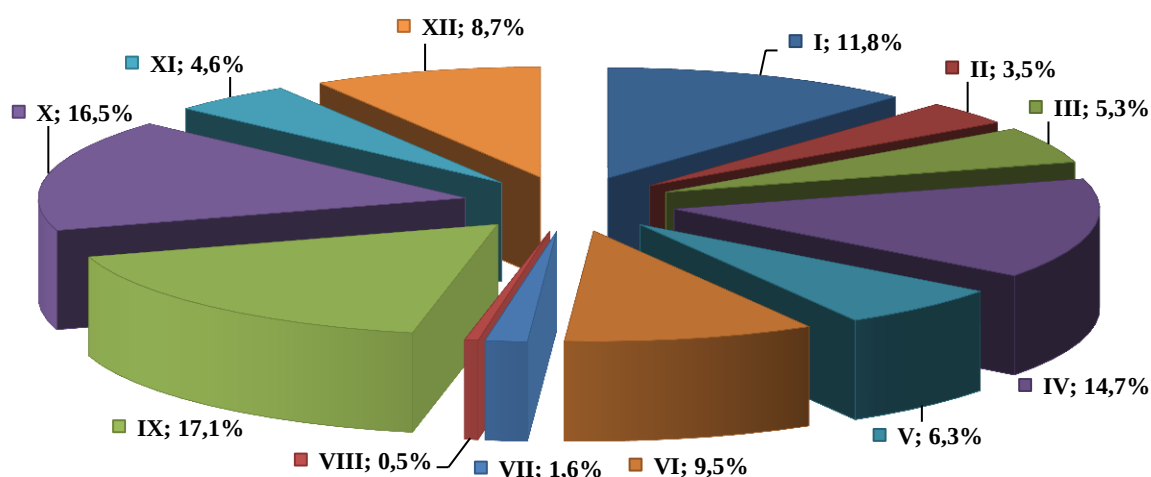
Uzyskane wyniki dowodzą, że analogicznie jak w przypadku liczby imprez, najwięcej uczestników spotkań biznesowych w 2012 r. przyjechało do Małopolski (bez Krakowa) we wrześniu (ponad 17%, tj. prawie 3 tys. osób), aczkolwiek październik był pod tym względem niewiele gorszy (niemal 17%, prawie 3 tys. osób) – zob. Rysunek 58.



Rysunek 58. Miesięczny rozkład liczby uczestników imprez biznesowych obsługiwanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Relatywnie dużo gości biorących udział w eventach typu MICE odwiedziło region także w kwietniu (ok. 15% rocznej liczby, tj. ponad 2 tys. osób) oraz w styczniu (ok. 12%, tj. niemal 2 tys. osób). Te cztery miesiące wygenerowały ponad 60% ruchu biznesowego w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 r. – zob. Rysunek 59. Około 9%-owy udział w rocznej liczbie gości przybywających do Małopolski (bez Krakowa) celem uczestnictwa w wydarzeniach biznesowych miał czerwiec (prawie 1,5 tys. osób) oraz grudzień (prawie 1,4 tys. osób). Na uwagę zasługuje jeszcze maj (ponad 6%, tj. niemal 1,0 tys. osób), marzec (ponad 5%, tj. ponad 0,8 tys. osób) i listopad (prawie 5%, tj. ponad 0,7 tys. osób). Najmniej turystów biznesowych przybyło w miesiącach wakacyjnych – lipcu (niecałe 2%) i sierpniu (niecały 1%).



Rysunek 59. Struktura uczestników imprez biznesowych obsługiwanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według miesięcy

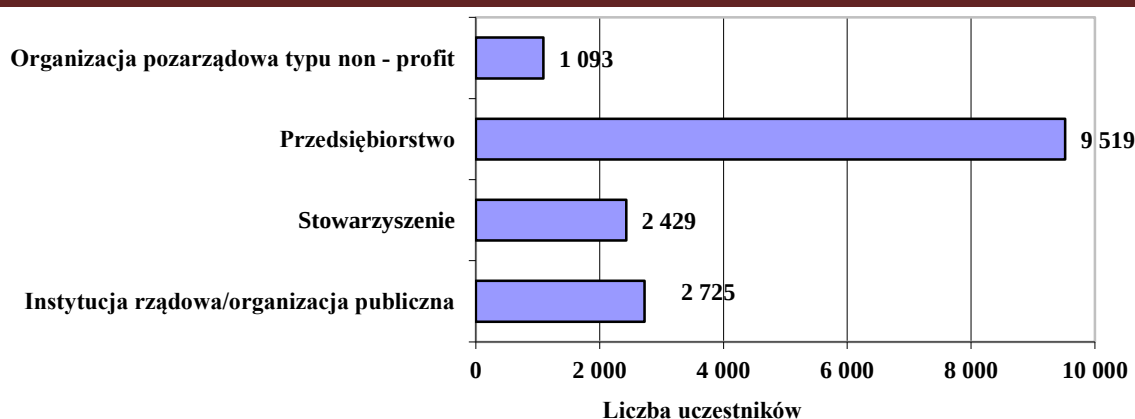
Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Zestawienie informacji dotyczących miesięcznego rozkładu liczby imprez i liczby uczestników, pozwala stwierdzić, że w styczniu, a zwłaszcza w kwietniu, wrześniu i październiku organizowano w Małopolsce imprezy duże, gdyż udział tych miesięcy pod względem liczby uczestników był większy niż z uwagi na liczbę spotkań (odpowiednio o 1,17 pkt%, 5,52 pkt%, 3,06 pkt% i 4,41 pkt%). W pozostałych miesiącach miała miejsce sytuacja odwrotna, co świadczy o tym, że obsługiwano wówczas wydarzenia liczebnie mniejsze (szczególnie w marcu i grudniu).

Podsumowując należy podkreślić, że o ile w stolicy województwa najwięcej uczestników wydarzeń zanotowano w marcu, maju i październiku, to miesiące te, z wyjątkiem października, w pozostałej części Małopolski nie charakteryzowały się dużą liczbą (i tym samym odsetkiem) turystów biznesowych. W regionie wyróżniały się natomiast styczeń, kwiecień i wrzesień, które to miesiące nie były z kolei istotne dla Krakowa.

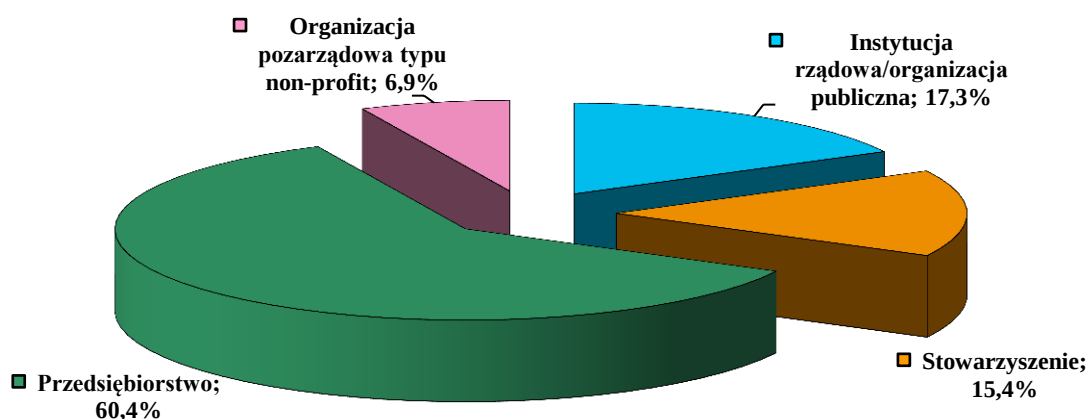
5.3.4. Uczestnicy grupowych spotkań biznesowych według zleceniodawcy imprezy

Analizując rozkład uczestników grupowych spotkań biznesowych ze względu na zleceniodawcę imprezy, należy stwierdzić, że najliczniej turyści przybywali do Małopolski (bez Krakowa) w 2012 r. na wydarzenia zorganizowane przez przedsiębiorstwa (niemal 10 tys. osób, tj. ponad 60% całego ruchu biznesowego) – zob. Rysunek 60 i Rysunek 61.



Rysunek 60. Liczba uczestników imprez biznesowych obsługiwanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według zleceniodawcy spotkania

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.



Rysunek 61. Struktura uczestników imprez biznesowych obsługiwanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według zleceniodawcy spotkania

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

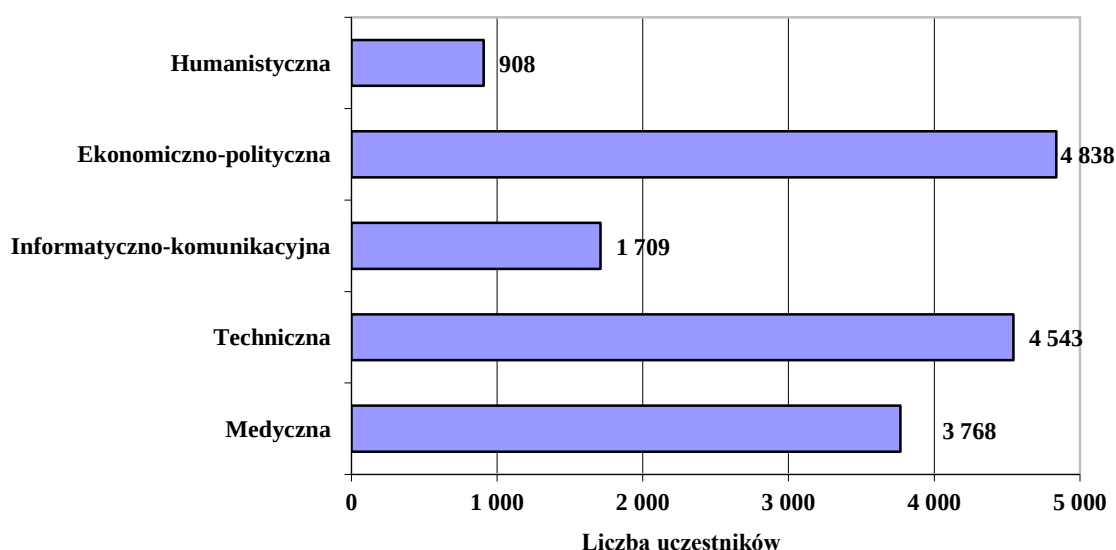
Relatywnie dużo gości przyjechało także na imprezy przygotowane na zlecenie instytucji rządowych/organizacji publicznych (prawie 3 tys., tj. ponad 17%) oraz stowarzyszenia (ponad 2 tys., tj. ponad 15% ogółu turystów biznesowych w 2012 r.). Najmniej osób wzięło natomiast udział w spotkaniach zorganizowanych przez organizacje pozarządowe typu *non profit* (ok. 1 tys., tj. ok. 7% ruchu biznesowego w 2012 r. w regionie).

Zestawienie informacji o strukturze imprez i strukturze uczestników ze względu na zleceniodawcę pozwala dojść do wniosku, że wydarzenia organizowane przez przedsiębiorstwa były spotkaniami małymi (udział imprez jest większy od udziału uczestników aż o 14,02 pkt%), podczas gdy pozostali zleceniodawcy przygotowywali spotkania licznie większe (udział imprez jest mniejszy niż udział uczestników odpowiednio o 8,64 pkt% w przypadku stowarzyszeń, 3,07 pkt% – organizacji pozarządowych i 2,31 pkt% – instytucji rządowych).

Konkludując trzeba zauważyć, że zarówno w Krakowie, jak i w pozostałej części Małopolski największym udziałem charakteryzowali się uczestnicy wydarzeń zorganizowanych przez przedsiębiorstwa. O ile jednak w stolicy regionu relatywnie duży odsetek stanowili także turyści przyjeżdżający na imprezy przygotowane przez organizacje pozarządowe, to w pozostałej części województwa liczniejsi okazali się goście biorący udział w spotkaniach zorganizowanych przez instytucje rządowe/organizacje publiczne.

5.3.5. Uczestnicy grupowych spotkań biznesowych według branży

Jeśli chodzi o liczbę i strukturę uczestników grupowych spotkań biznesowych w układzie branżowym, to w 2012 r. w Małopolsce (bez Krakowa) zdecydowanie dominowali turyści przybywający na imprezy ekonomiczno-polityczne²¹ i techniczne²² (po ok. 5 tys. osób, tj. po ok. 30% ogółu ruchu biznesowego w regionie) – zob. Rysunek 62 i Rysunek 63. Nieco mniej było gości biorących udział w wydarzeniach branży medycznej²³ (prawie 4 tys., tj. 24% wszystkich turystów biznesowych w Małopolsce). Najmniej liczni okazali się natomiast turyści przyjeżdżający do regionu na imprezy branży humanistycznej²⁴ (0,9 tys. osób, tj. niecałe 6% ruchu), a tylko o niecałe drugie tyle więcej było uczestników spotkań branży informatyczno-komunikacyjnej (ok. 1,7 tys., tj. niecałe 11% ogółu gości biznesowych w Małopolsce).



Rysunek 62. Liczba uczestników imprez biznesowych obsługiwanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według branży

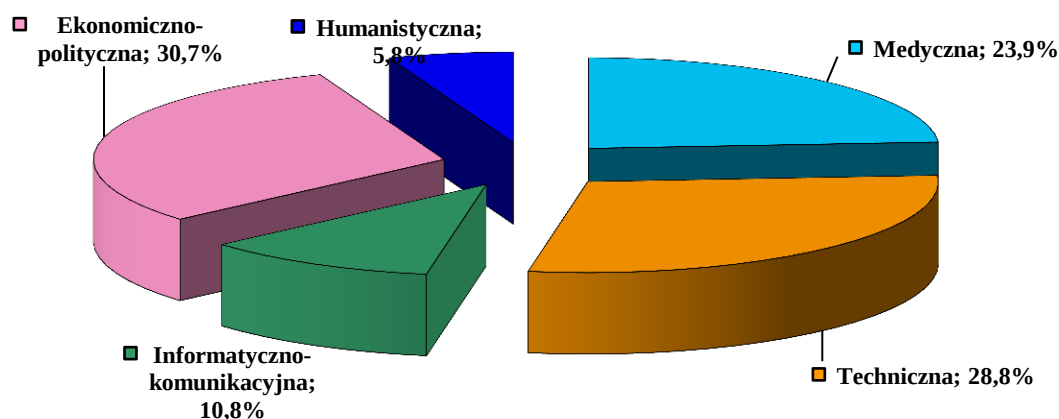
Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

²¹ Przykładowo: finanse, bankowość, ubezpieczenia, nieruchomości, administracja państwowa.

²² Na przykład branża: budowlana, motoryzacji, przemysłu samochodowego.

²³ W tym z dziedziny farmacji.

²⁴ Na przykład nauka, badania, edukacja.



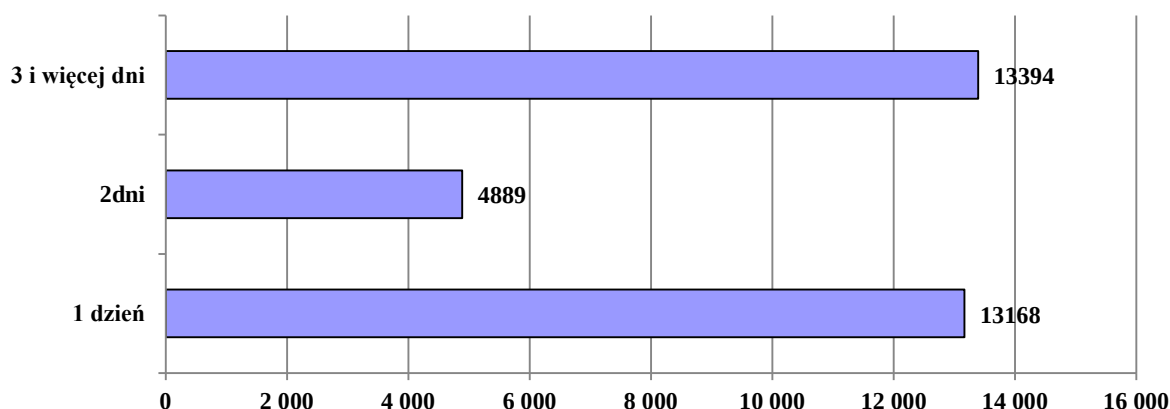
Rysunek 63. Struktura uczestników imprez biznesowych obsługiwanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według branży

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Porównanie liczby imprez i liczby uczestników według branż dostarcza informacji, że dużymi były przede wszystkim wydarzenia medyczne (udział osób uczestniczących jest większy od udziału imprez aż o 13,75 pkt%), jak też ekonomiczno-polityczne (różnica o 1,22 pkt% na korzyść uczestników). Z kolei małymi okazały się spotkania branży humanistycznej, technicznej i informatyczno-komunikacyjnej (udział imprez jest większy od udziału uczestników odpowiednio o 5,35 pkt%, 5,00 pkt% i 4,62 pkt%).

5.3.6. Uczestnicy grupowych spotkań biznesowych według czasu trwania imprezy

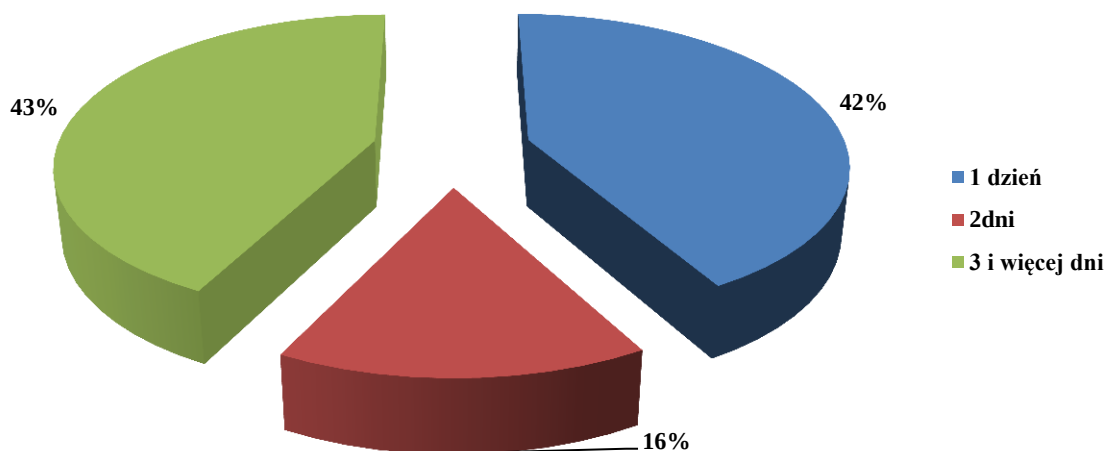
Liczba uczestników spotkań biznesowych w Małopolsce była bardzo podobna w przypadku spotkań jednodniowych (aż ponad 13 tys. osób) i co najmniej trzydniowych (również ponad 13 tys. osób) – zob. Rysunek 64.



Rysunek 64. Liczba uczestników imprez biznesowych obsługiwanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według czasu trwania spotkania

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

W przypadku spotkań z jednym noclegiem (spotkania dwudniowe) ich udział był znacznie mniejszy osiągający jedynie 16% wszystkich uczestników (dokładnie 4889 osób) – zob. Rysunek 65.



Rysunek 65. Struktura uczestników imprez biznesowych obsługiwanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według czasu trwania spotkania

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Bardzo pozytywnym zjawiskiem w regionie jest ponad 40% spotkań wielodniowych (trzy lub więcej dni), które z założenia generują większe dochody dla gestorów bazy noclegowej oraz innych podmiotów zaangażowanych w obsługę imprezy..

5.3.7. Uczestnicy grupowych spotkań biznesowych według gestora obiektu

Uczestnicy imprez przemysłu spotkań to głównie w regionie osoby korzystające z hoteli jako miejsc organizacji tych imprez. Zdecydowana większość osób (9566 osób – 60,7% uczestników wszystkich imprez) przebywało na spotkaniach w hotelach – zob. Tabela 15.

Tabela 15. Liczba uczestników imprez biznesowych obsługiwanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku ze względu na rodzaj obiektu

Kategoria gestora	Liczba uczestników	Procent
Hotel	9566	60,7%
Obiekt/Sala na specjalne wydarzenie	6170	39,1%
Centrum Wystawiennicze/kongresowe	30	0,2%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PCB POT.

Znacznie mniej osób, bo jedynie 39% (6170 osób) korzystało z obiektu lub sali na specjalne wydarzenie. Jedna z imprez została zorganizowana w Małopolsce w centrum wystawienniczym/kongresowym.

6. PODSUMOWANIA I WNIOSKI

6.1. Podsumowania i wnioski z badań dla Krakowa

1. W 2012 r. w obiektach badanych gestorów w Krakowie zorganizowano **1855 imprez** z zakresu przemysłu spotkań.
2. 47% z nich stanowiły **imprezy korporacyjne**, a 46% **konferencje i kongresy**.
3. Spotkania miały najczęściej charakter **ogólnopolski** (39%), a tylko co piąte było spotkaniem międzynarodowym.
4. Najwięcej spotkań w 2012 roku przeprowadzono w Krakowie w **marcu i listopadzie**.
5. Prawie $\frac{3}{4}$ wszystkich spotkań w Krakowie w 2012 roku zostało zlecone **przez przedsiębiorstwa**.
6. Prawie $\frac{1}{3}$ spotkań to spotkania o charakterze **ekonomiczno-politycznych**. Prawie $\frac{1}{4}$ to spotkania **branży technicznej**.
7. Ponad 45% imprez przemysłu spotkań zorganizowanych w Krakowie w 2012 roku **trwało 1 dzień**.
8. Zdecydowaną większość imprez (80%) przeprowadzono w Krakowie w **hotelach**.
9. Dominującą grupą przybywających w 2012 r. na krakowskie spotkania biznesowe okazali się (analogicznie jak w okresie 2008-2010) **goście biorący udział w targach i wystawach** (szczególnie w przypadku imprez wojewódzkich i międzynarodowych). Najmniej turystów przybyło do dawnej stolicy Polski (podobnie jak w latach poprzednich) w ramach imprez motywacyjnych (w tym zwłaszcza lokalnych).
10. Odnosząc liczbę uczestników do liczby spotkań biznesowych należy zauważyć, że w Krakowie w 2012 r. gestorzy bazy obsługiwali duże targi i wystawy. Natomiast liczebnie małe okazały się wydarzenia korporacyjne oraz konferencje/kongresy.
11. Analogicznie, jak w latach 2008-2011, w roku 2012 wśród uczestników spotkań biznesowych zdecydowanie **dominowali goście biorący udział w imprezach krajowych** – odwiedzających Kraków z uwagi na eventy międzynarodowe było ponad 3 razy mniej. Tym samym utrzymany został w stosunku do roku poprzedniego rozkład procentowy uczestników grupowych spotkań biznesowych krajowych i międzynarodowych.
12. We wszystkich rodzajach spotkań prym wiodli przyjeżdżający do miasta w 2012 r. na **imprezy ogólnopolskie** – dużo takich gości było zwłaszcza wśród biorących udział w wydarzeniach korporacyjnych, ale ich wyraźna przewaga zaznaczyła się także w przypadku uczestników imprez motywacyjnych.
13. Uczestnicy targów i wystaw odnotowali w 2012 r. swój największy jak do tej pory (od

pierwszego badanego roku, tj. 2008) udział w strukturze krajowych spotkań biznesowych. Odwrotna sytuacja miała miejsce w przypadku przybywających do Krakowa na krajowe konferencje/kongresy oraz wydarzenia motywacyjne.

14. W odniesieniu do lat poprzednich istotnie zwiększyła się grupa przyjeżdżających do Krakowa na międzynarodowe wydarzenia korporacyjne. Natomiast ewidentnie zmniejszył się w 2012 r. w porównaniu do lat 2010-2011 odsetek gości odwiedzających miasto w ramach międzynarodowych konferencji/kongresów i imprez motywacyjnych.

15. Najwięcej uczestników grupowych spotkań biznesowych przyjechało do Krakowa w 2012 r. w **październiku**. Miesiąc ten wraz z marcem i majem wygenerował ponad 60% rocznej liczby gości imprez typu MICE w mieście.

16. Sezonowość ruchu biznesowego była w 2012 r. odmienna niż w latach 2010-2011 – większą rolę zaczęły odgrywać październik i marzec, a stracił na znaczeniu wrzesień.

17. W marcu, maju, październiku i listopadzie 2012 r. organizowano w Krakowie duże spotkania, natomiast w pozostałych miesiącach – mniejsze.

18. W 2012 r. do Krakowa przybywali najliczniej turyści biorący udział w **imprezach zorganizowanych przez przedsiębiorstwa**, a najmniejszy udział posiadali uczestnicy wydarzeń przygotowanych przez stowarzyszenia.

19. W Krakowie dominowały pod względem uczestników spotkania o charakterze **humanistycznym** (37% wszystkich uczestników – 104 tys. osób) oraz ekonomiczno-politycznym (30% - 87 tys. osób).

20. Ponad połowa uczestników (55,16%) była na spotkaniach trzydniowych lub dłuższych. Było to ponad 150 tys. osób. Niemal jedna trzecia uczestników spotkań była w Krakowie na spotkaniu trwającym jeden dzień (29,65% - 85 tys. osób).

21. **Najwięcej uczestników kongresów i konferencji** przebywało na imprezach przede wszystkim w **hotelach** (54% uczestników tej kategorii spotkań). Drugim preferowanym miejscem był obiekt na specjalne wydarzenie – w tego typie obiektów uczestniczyło w Krakowie 24% wszystkich osób obecnych na krakowskich kongresach i konferencjach.

22. W krakowskich hotelach najwięcej było uczestników wydarzeń korporacyjnych (52%) oraz kongresów i konferencji (44%).

6.2. Podsumowania i wnioski z badań dla Małopolski

Przeprowadzone badania obejmowały wiele aspektów analizy poszczególnych rodzajów spotkań przemysłu spotkań w Małopolsce. Na podstawie tych analiz podsumowując stwierdza się, że:

1. Rynek gestorów infrastruktury spotkań w Małopolsce był zróżnicowany. Mimo to **typowym gestorem był hotel.**
2. W obiektach z Małopolski przeprowadzono w 2012 r. (zgodnie z danymi zgromadzonymi w bazie PCB POT) jedynie **207 imprez** z zakresu przemysłu spotkań.
3. W strukturze imprez wyraźnie zaznaczała się **dominacja konferencji i kongresów**, które stanowiły ponad połowę wszystkich spotkań w Małopolsce (106).
4. Rozkład miesięczny imprez zorganizowanych w Małopolsce w 2012 r. był inny niż w przypadku rozkładu w mieście Krakowie. Popularnymi miesiącami organizacji spotkań były miesiące jesienne i zimowe (**wrzesień, październik oraz grudzień i styczeń**). Podobnie jak w Krakowie i zgodnie z literaturą bardzo niskie wyniki zanotowano w miesiącach wakacyjnych.
5. Długość trwania spotkań w Małopolsce była silnie związana z rodzajem segmentu rynku. W 2012 r. imprezy krajowe trwały dłużej niż międzynarodowe.
6. Podobny odsetek zarejestrowanych imprez krajowych trwał jeden, dwa lub trzy i więcej dni. W przypadku imprez międzynarodowych dominowały wydarzenia dłuższe (trzy dni lub więcej) – 55% spotkań międzynarodowych.
7. Dominującą grupą przybywających w 2012 r. na małopolskie spotkania biznesowe okazali się **goście biorący udział w konferencjach/kongresach** (szczególnie w przypadku imprez międzynarodowych). Najmniej turystów przybyło natomiast do regionu zwiedzać targi i wystawy.
8. Odnosząc liczbę uczestników do liczby spotkań biznesowych należy zauważyć, że w Małopolsce w 2012 r. gestorzy bazy obsługiwali duże konferencje/kongresy oraz targi i wystawy. Natomiast liczebnie małe okazały się wydarzenia motywacyjne i korporacyjne.
9. W roku 2012 wśród uczestników spotkań biznesowych zdecydowanie dominowali goście biorący udział w **imprezach krajowych** – odwiedzających Małopolskę z uwagi na wydarzenia międzynarodowe było o niemal połowę mniej.
10. Wśród zwiedzających targi i wystawy oraz wśród uczestników wydarzeń korporacyjnych prym wiodli przyjeżdżający do Małopolski w 2012 r. na imprezy ogólnopolskie, natomiast w grupie biorących udział w konferencjach/kongresach dominowali uczestnicy spotkań międzynarodowych, a w imprezach motywacyjnych – wydarzeń lokalnych.

11. Najwięcej uczestników grupowych spotkań biznesowych przyjechało do Małopolski w 2012 r. **we wrześniu i w październiku**. Miesiące te wraz z kwietniem i styczniem wygenerowały ponad 60% rocznej liczby gości imprez typu MICE w regionie.

12. W styczniu, a zwłaszcza w kwietniu, wrześniu i październiku 2012 r. organizowano w Małopolsce duże spotkania, natomiast w pozostałych miesiącach – mniejsze (szczególnie w marcu i grudniu).

13. W 2012 r. do Małopolski przybywali najliczniej turyści biorący udział w imprezach zorganizowanych przez przedsiębiorstwa (choć były to spotkania małe; dużymi okazały się natomiast imprezy organizowane zwłaszcza przez stowarzyszenia). Najmniejszy udział w biznesowym ruchu turystycznym w regionie posiadali uczestnicy wydarzeń przygotowanych przez organizacje pozarządowe typu *non/profit*.

14. Jeśli chodzi o liczbę uczestników imprez biznesowych w Małopolsce według branż w 2012 r., to największa odnosiła się do **spotkań ekonomiczno-politycznych i technicznych**. Najmniej liczni okazali się natomiast biorący udział w wydarzeniach humanistycznych. Jednocześnie spotkania medyczne i ekonomiczno-polityczne okazały się imprezami dużymi, a humanistyczne, techniczne i informatyczno-komunikacyjne – małymi.

W kontekście przeprowadzonych badań i wyspecyfikowanych wniosków stwierdza się, że rynek przemysłu spotkań w Małopolsce rozwija się. Niska liczba zarejestrowanych w bazie PCB POT spotkań prawdopodobnie wynika z niskiej świadomości zasadności gromadzenia takich danych i korzyści dla obiektów z przedstawiania niejako referencji jak dużo podmiotów im zaufało – dokumentując wysoką liczbę krajowych i międzynarodowych spotkań w regionie. Aby przyciągnąć organizatora do własnego obiektu najpierw należy go przekonać, że warto wybrać dany region – a w tym mogą pomóc wiarygodne wyniki analiz. Dalsze monitorowanie zagadnienia w ciągu następnych lat powinno znacząco podnieść zaangażowanie, co z pewnością przeniesie się na wyniki całego regionu.

Spis rysunków

Rysunek 1. Liczba imprez biznesowych w Krakowie w latach 2009-2011 według rodzaju spotkania.....	10
Rysunek 2. Liczba imprez biznesowych w Krakowie w latach 2009-2011 według branży .	11
Rysunek 3. Sezonowość imprez biznesowych w Krakowie w latach 2009-2011	12
Rysunek 4. Liczba uczestników imprez biznesowych w Krakowie w latach 2011-2012 według rodzaju spotkania.....	13
Rysunek 5. Sezonowość liczby uczestników imprez biznesowych w Krakowie w latach 2010-2011	13
Rysunek 6. Liczba imprez biznesowych zorganizowanych w Krakowie w 2012 roku według rodzaju spotkania.....	17
Rysunek 7. Struktura imprez biznesowych zorganizowanych w Krakowie w 2012 roku według rodzaju spotkania.....	18
Rysunek 8. Porównanie udziału poszczególnych rodzajów imprez biznesowych zorganizowanych w Krakowie w latach 2008–2012	18
Rysunek 9. Liczba imprez biznesowych zorganizowanych w Krakowie w 2012 roku według pochodzenia grupy	19
Rysunek 10. Struktura imprez biznesowych zorganizowanych w Krakowie w 2012 roku według pochodzenia grupy	20
Rysunek 11. Struktura imprez biznesowych zorganizowanych w Krakowie w 2012 roku według pochodzenia grupy i rodzaju spotkania	20
Rysunek 12. Struktura imprez biznesowych zorganizowanych w Krakowie w 2012 roku według rodzaju spotkania i pochodzenia grupy	21
Rysunek 13. Liczba imprez biznesowych zorganizowanych w Krakowie w 2012 roku według rodzaju spotkania i pochodzenia grupy	21
Rysunek 14. Liczba krajowych i międzynarodowych imprez biznesowych zorganizowanych w Krakowie w 2012 roku.....	22
Rysunek 15. Porównanie udziału poszczególnych rodzajów międzynarodowych imprez biznesowych zorganizowanych w Krakowie w latach 2008–2012	23
Rysunek 16. Miesięczny rozkład liczby imprez biznesowych zorganizowanych w Krakowie w 2012 roku	24
Rysunek 17. Struktura imprez biznesowych zorganizowanych w Krakowie w 2012 roku według miesięcy.....	24
Rysunek 18. Udział poszczególnych miesięcy lat 2010-2012 w rocznej liczbie imprez biznesowych zorganizowanych w Krakowie	25
Rysunek 19. Miesięczny rozkład liczby poszczególnych typów imprez biznesowych zorganizowanych w Krakowie w 2012 roku	26
Rysunek 20. Liczba imprez biznesowych zorganizowanych w Krakowie w 2012 roku według zleceniodawcy spotkania	26
Rysunek 21. Struktura imprez biznesowych zorganizowanych w Krakowie w 2012 roku według zleceniodawcy spotkania	27
Rysunek 22. Liczba imprez biznesowych zorganizowanych w Krakowie w 2012 roku według branży	27
Rysunek 23. Liczba uczestników imprez biznesowych obsługiwanych w Krakowie w 2012 roku według rodzaju spotkania.....	31
Rysunek 24. Struktura uczestników imprez biznesowych obsługiwanych w Krakowie w 2012 roku według rodzaju spotkania	31
Rysunek 25. Struktura uczestników imprez biznesowych obsługiwanych w Krakowie w latach 2008–2012 według rodzaju spotkania.....	32
Rysunek 26. Liczba uczestników imprez biznesowych obsługiwanych w Krakowie w 2012 roku według pochodzenia grupy	33

Rysunek 27. Struktura uczestników imprez biznesowych obsługiwanych w Krakowie w 2012 roku według pochodzenia grupy	33
Rysunek 28. Struktura uczestników imprez biznesowych obsługiwanych w Krakowie w 2012 roku według pochodzenia grupy i rodzaju spotkania.....	35
Rysunek 29. Struktura uczestników imprez biznesowych obsługiwanych w Krakowie w latach 2008–2012 z podziałem na spotkania krajowe i międzynarodowe	36
Rysunek 30. Struktura uczestników krajowych imprez biznesowych obsługiwanych w Krakowie w latach 2008–2012 według rodzaju spotkania	36
Rysunek 31. Struktura uczestników międzynarodowych imprez biznesowych obsługiwanych w Krakowie w latach 2008–2012 według rodzaju spotkania	37
Rysunek 32. Miesięczny rozkład liczby uczestników imprez biznesowych obsługiwanych w Krakowie w 2012 roku.....	38
Rysunek 33. Struktura uczestników imprez biznesowych obsługiwanych w Krakowie w 2012 roku według miesięcy	38
Rysunek 34. Udział poszczególnych miesięcy lat 2010-2012 w rocznej liczbie uczestników spotkań biznesowych obsługiwanych w Krakowie	39
Rysunek 35. Liczba imprez biznesowych zorganizowanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według rodzaju spotkania	44
Rysunek 36. Struktura imprez biznesowych zorganizowanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według rodzaju spotkania	45
Rysunek 37. Liczba imprez biznesowych zorganizowanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według pochodzenia grupy	45
Rysunek 38. Struktura imprez biznesowych zorganizowanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według pochodzenia grupy	46
Rysunek 39. Struktura imprez biznesowych zorganizowanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według pochodzenia grupy i rodzaju spotkania.....	46
Rysunek 40. Liczba imprez biznesowych zorganizowanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według rodzaju spotkania i pochodzenia grupy.....	47
Rysunek 41. Struktura imprez biznesowych zorganizowanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według rodzaju spotkania i pochodzenia grupy.....	47
Rysunek 42. Miesięczny rozkład liczby imprez biznesowych zorganizowanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku.....	49
Rysunek 43. Struktura imprez biznesowych zorganizowanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według miesięcy	50
Rysunek 44. Miesięczny rozkład liczby poszczególnych rodzajów imprez biznesowych zorganizowanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku	50
Rysunek 45. Liczba imprez biznesowych zorganizowanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według zleceniodawcy spotkania	51
Rysunek 46. Struktura imprez biznesowych zorganizowanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według zleceniodawcy spotkania	51
Rysunek 47. Liczba imprez biznesowych zorganizowanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według branży.....	52
Rysunek 48. Struktura imprez biznesowych zorganizowanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według branży.....	52
Rysunek 49. Liczba imprez biznesowych zorganizowanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według czasu trwania spotkania	53
Rysunek 50. Liczba uczestników imprez biznesowych obsługiwanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według rodzaju spotkania.....	55
Rysunek 51. Struktura uczestników imprez biznesowych obsługiwanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według rodzaju spotkania.....	56
Rysunek 52. Liczba uczestników imprez biznesowych obsługiwanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według pochodzenia grupy	57

Rysunek 53. Struktura uczestników imprez biznesowych obsługiwanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według pochodzenia grupy	57
Rysunek 54. Struktura uczestników imprez biznesowych obsługiwanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według pochodzenia grupy i rodzaju spotkania	59
Rysunek 55. Struktura uczestników imprez biznesowych obsługiwanych w Małopolsce (bez Krakowa) w latach 2008–2012 z podziałem na spotkania krajowe i międzynarodowe	59
Rysunek 56. Miesięczny rozkład liczby uczestników imprez biznesowych obsługiwanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku	60
Rysunek 57. Struktura uczestników imprez biznesowych obsługiwanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według miesięcy	61
Rysunek 58. Liczba uczestników imprez biznesowych obsługiwanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według zleceniodawcy spotkania	62
Rysunek 59. Struktura uczestników imprez biznesowych obsługiwanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według zleceniodawcy spotkania	62
Rysunek 60. Liczba uczestników imprez biznesowych obsługiwanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według branży	63
Rysunek 61. Struktura uczestników imprez biznesowych obsługiwanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według branży	64
Rysunek 62. Liczba uczestników imprez biznesowych obsługiwanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według czasu trwania spotkania	64
Rysunek 63. Struktura uczestników imprez biznesowych obsługiwanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według czasu trwania spotkania	65

Spis tabel

Tabela 1. Struktura obiektów badanych w Krakowie	17
Tabela 2. Udział poszczególnych imprez biznesowych zorganizowanych w Krakowie w 2012 roku według branży	28
Tabela 3. Czas trwania imprez biznesowych zorganizowanych w Krakowie w 2012 roku	28
Tabela 4. Czas trwania imprez biznesowych zorganizowanych w Krakowie w 2012 roku ze względu na zasięg oraz kategorię spotkania	29
Tabela 5. Liczba imprez biznesowych zorganizowanych w Krakowie w 2012 roku ze względu na rodzaj obiektu.....	30
Tabela 6. Struktura uczestników imprez biznesowych obsługowanych w Krakowie w 2012 roku według rodzaju spotkania i pochodzenia grupy	34
Tabela 7. Liczba uczestników imprez biznesowych obsługowanych w Krakowie w 2012 roku według branży	41
Tabela 8. Liczba uczestników imprez biznesowych obsługowanych w Krakowie w 2012 roku według czasu trwania spotkania.....	41
Tabela 9. Liczba uczestników imprez biznesowych obsługowanych w Krakowie w 2012 roku według obiektów i rodzaju spotkania.....	42
Tabela 10. Struktura obiektów badanych w Małopolsce (bez Krakowa).....	44
Tabela 11. Liczba krajowych i międzynarodowych imprez biznesowych zorganizowanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku wg rodzaju spotkania.....	48
Tabela 12. Struktura krajowych i międzynarodowych imprez biznesowych zorganizowanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według rodzaju spotkania i czasu jego trwania.....	54
Tabela 13. Liczba i odsetek imprez biznesowych zorganizowanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według rodzaju obiektu.....	55
Tabela 14. Struktura uczestników imprez biznesowych obsługowanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku według rodzaju spotkania i pochodzenia grupy.....	58
Tabela 15. Liczba uczestników imprez biznesowych obsługowanych w Małopolsce (bez Krakowa) w 2012 roku ze względu na rodzaj obiektu.....	65