

A photograph of a modern stadium with wide, grey concrete stairs leading up to a green grassy seating area. The sky is blue with white clouds. The text is overlaid on the upper part of the image.

# Kierunki rozwoju przemysłu wydarzeń w Katowicach *na lata 2016 - 2020*

opracował:  
dr Krzysztof Cieślakowski

dla: Wydział Promocji, Urząd Miasta Katowice, październik 2015



**KATOWICE**  
dla odnowy



Business  
Destination  
Alliance



## Spis treści

Wprowadzenie .....	2
1. Katowice jako atrakcyjne miejsce wydarzeń .....	5
1.1 Kluczowe fakty dla rozwoju przemysłu wydarzeń w Katowicach .....	5
1.2 Katowice - dla kultury.....	9
1.3 Katowice - dla sportu.....	13
1.4 Katowice - dla spotkań biznesowych.....	17
2. Kierunki rozwoju przemysłu wydarzeń w Katowicach .....	21
2.1 Uwarunkowania i kierunki ogólne rozwoju przemysłu wydarzeń w Katowicach .....	21
2.2 Kierunki rozwoju przemysłu wydarzeń w Katowicach w odniesieniu do kluczowych obszarów zarządzania .....	24
2.2.1 zalecenia ... dotyczące obiektów spotkań .....	24
2.2.2 zalecenia ... dotyczące struktur organizacyjnych .....	25
2.2.3 zalecenia ... dotyczące rynków docelowych .....	26
3. Analiza ryzyka dla rozwoju przemysłu wydarzeń w Katowicach.....	28
4. Analiza interesariuszy i potencjału aliasów strategicznych miasta Katowice dla rozwoju przemysłu wydarzeń .....	30
Materiały źródłowe .....	33
Raporty i opracowania.....	33
Witryny internetowe .....	34
Spis tabel .....	35
Spis rysunków.....	36
Załącznik .....	37

## Wprowadzenie

Rynek wydarzeń na świecie, jak pokazują statystyki organizacji międzynarodowych<sup>1</sup> czy też krajowych<sup>2</sup>, rozwija się i przechodzi wewnętrzne zmiany. Przedmiotem transakcji na tym rynku, według którego został wyodrębniony są **wydarzenia**. W literaturze przedmiotu można znaleźć szeroki przegląd definicji tego terminu. Wydarzenie to coś „specjalnego”, „wyjątkowego”, „unikatowego”, „wykraczającego poza codzienne doświadczenia”, coś odróżniającego dany czas od innych bardziej rutynowych czynności, takich jak np. praca<sup>3</sup>. „Wydarzenie” to jednorazowe lub rzadko występujące zdarzenie wykraczające poza zwykłe programy lub działania organu finansującego lub organizacyjnego. Czasami dla uczestników wydarzenie może być specjalną okazją do wypoczynku, społecznym lub kulturowym doświadczeniem<sup>4</sup>.

Termin „wydarzenie” wydaje się mieć szersze znaczenie niż termin „spotkanie” pomimo znacznego podobieństwa między nimi. „Wydarzenie” to określenie produktu – imprezy. Termin „spotkanie”, w literaturze przedmiotu częściej odnosi się do spotkań biznesowych, (business meetings), czy też konferencyjnych<sup>5</sup>.

W opracowaniu niniejszym przyjęto podział wydarzeń ze względu na cel realizacji organizatora/zleceniodawcy oraz sposób finansowania i wyodrębniano cztery główne grupy wydarzeń: prywatne (okolicznościowe), sportowe (związane z aktywnością fizyczną i rywalizacją), kulturalne oraz biznesowe.

Wydarzenia prywatne stanowią grupę różnych okolicznościowych imprez (spotkań) związanych z prywatnym celem zleceniodawcy (uroczystościami sytuacyjnymi, rocznicami, itp.) finansowane głównie ze środków własnych (prywatnych) zleceniodawcy (np.: wesela, przyjęcia, spotkania towarzyskie).

**Wydarzenia sportowe** to grupa imprez - widowisk lub spotkań (imprez) związanych z czynnym uczestnictwem w zajęciach rekreacyjnych lub konkurencjach sportowych, czasami z rywalizacją, którym towarzyszą zazwyczaj duże emocje aktywnych uczestników, jak i obserwatorów. Wydarzenia te mogą być finansowane zarówno przez zleceniodawcę – organizatora, jak i przez uczestników aktywnych i biernych (obserwatorów).

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

**Wydarzenia biznesowe** do których zalicza się różne formy spotkań konferencyjnych (kongresy, konferencje, zjazdy, sympozja, szkolenia, seminaria) a także imprezy motywacyjne, targi i wystawy gospodarcze. To zebrania grona osób w celach edukacyjnych, wymiany informacji, odbycia debaty lub dyskusji, osiągnięcia porozumienia lub podjęcia decyzji, budowania relacji, nawiązania kontaktów handlowych, i inne dla realizacji celów biznesowych organizatora/zleceniodawcy.

---

<sup>1</sup> por.: *A Modern History of International Association Meetings. 1963-2012*. ICCA, Amsterdam 2013; *International Meeting Statistics*, UIA, Bruksela 2012

<sup>2</sup> por. raporty Polskiej Organizacji Turystycznej w Warszawie

<sup>3</sup> Por.: D. Getz: *Special events: Defining the product*. *Tourism Management*, 10(2), 1989

<sup>4</sup> por.: J. Goldblatt: *Special Events: Creating and Sustaining a New World for Celebration*. John Willey & Sons Inc., New Jersey 2014, s. 8

<sup>5</sup> R. Davidson, K. Celuch, K. Cieślowski i inni

Rynek wydarzeń tworzą: zleceniodawcy - główni organizatorzy (administracja publiczna i organizacje non-profit oraz przedsiębiorstwa, jako organizacje nastawione na zysk.) a także pośrednicy i dostawcy usług częściowych (miejsca/obiekty spotkań, obiekty noclegowe, gastronomiczne, firmy transportowe, lokalni przedsiębiorcy, i inni)<sup>6</sup>.

W procesie rozwoju rynku wydarzeń uczestniczą zarówno prywatni przedsiębiorcy (np. oferujący usługi wspomagające obsługę tych wydarzeń), jak również administracja samorządowa a nawet państwowa (np. poprzez budowę i przygotowanie wielkich obiektów dedykowanych kongresom i konferencjom, czy też wielofunkcyjnych obiektów spotkań<sup>7</sup>). Poza transparentnymi dużymi inwestycjami w obiekty wydarzeń na świecie i w Polsce, tworzone są także struktury organizacyjne, dokumenty planistyczne dla prowadzenia aktywnych, celowych działań w zakresie przyciągania i obsługi zleceniodawców, organizatorów i uczestników wydarzeń ulokowanych w tych obiektach. Klienci na rynku wydarzeń są zróżnicowani pod wieloma względami (a także z uwagi na wyjątkowość organizowanych imprez/wydarzeń) są bardzo wymagający, a rynek dostawców (obiektów spotkań i podmiotów różnych usług) coraz bardziej konkurencyjny.

W Polsce przybywa miast zainteresowanych rozwojem infrastruktury technicznej (w tym obiektów spotkań) i komunikacyjnej dla organizacji i obsługi wydarzeń, a przedsiębiorcy funkcjonujący głównie lub okazjnie na tym rynku dostrzegają także potrzebę kooperacji<sup>8</sup>. Oznacza to, że wspierani przez administracje samorządowe (np. poprzez działania lokalnych Convention Bureau, biur obsługi inwestora przy urzędach miast, itd.) czy też organizacje państwowe (np. narodowe organizacje branżowe) podejmują współpracę między sobą oraz z instytucjami publicznymi w zakresie przyciągania wydarzeń, by po decyzji głównego organizatora – zleceniodawcy o wyborze destynacji, rozpocząć proces konkurencji między sobą o określony zakres planowanych usług przy planowanym wydarzeniu.

Dla organizacji różnych wydarzeń, w tym szczególnie imprez kulturalnych czy też sportowych, fundamentem wydają się być wydarzenia (spotkania) biznesowe, które zazwyczaj poprzedzają późniejsze wielkie wydarzenia kulturalne i sportowe.

Badania spotkań biznesowych na rynkach rozwiniętych gospodarczo, wskazują na czynniki decydujące o wyborze destynacji przez zleceniodawcę. Do tych czynników zalicza się m.in.:

- dostępność komunikacyjną (połączenie z autostradą, stacje kolejowe dla linii "Intercity", odległość od najbliższego lotniska międzynarodowego),
- funkcjonowanie i dostępność wielkich sal dla wydarzeń biznesowych i konferencyjnych,
- baza noclegowa i jej jakość (w tym standaryzacja, siedziba hoteli sieci międzynarodowych),
- dostępność informacyjna o miejscach jak i podmiotach funkcjonujących na tym rynku,
- oryginalność i nowość destynacji,
- koszty ogólne zakwaterowania i wyżywienia,
- siedziba organizatorów imprez targowych,

<sup>6</sup> por.: K. Cieślowski: *Rynek spotkań konferencyjnych. Tom I. Funkcjonowanie i rozwój na świecie*. AWF Katowice, 2014, s. 8

<sup>7</sup> Więcej w K. Cieślowski, J. Kantyka: *Współczesne obiekty sportowe jako podmioty na rynku turystyki biznesowej w Polsce*. W: Podstawy funkcjonowania rynku turystycznego, Ekonomiczne Problemy Turystyki nr 1(25), Szczecin 2014, s. 147 - 16

<sup>8</sup> zob. też: K. Cieślowski w: *Stowarzyszenia profesjonalne w tworzeniu przemysłu spotkań w Polsce*. Red. S. Wróblewski, Materiały pokonferencyjne. Meetings Week Poland, SKKP, Warszawa 2014, s. 15

- siedziba szkoły wyższej,
- inne (stan środowiska naturalnego, powiązania biznesowe z firmami, wsparcie lokalnych instytucji)<sup>9</sup>.

Rynek wydarzeń z dużą liczbą uczestników (kulturalnych, sportowych, biznesowych), szczególnie w fazie organizacji tych imprez, może być traktowany jako **rynek instytucjonalny**. Dlatego podmioty na nim funkcjonujące szczególnie dużą wagę przywiązują do wysokiej jakości oferowanych usług, nowoczesnie wyposażonych obiektów spotkań, transparentności w procesie podejmowanych decyzji, kreowania i utrzymywania bezpośrednich relacji z potencjalnymi zleceniodawcami. Rozwój tego rynku na swoim terenie wymaga od administracji samorządowej i państwowej dużych inwestycji w infrastrukturę miejsc spotkań (dostępność komunikacyjna, dobrze wyposażone nowoczesne obiekty spotkań) i organizacji procesu obsługi klienta (przed, w trakcie i po wydarzeniu).

Korzyści dla gospodarki regionu wynikające z zaangażowania w rozwój tego przemysłu są duże i wielowymiarowe. Wymiana wiedzy (praktycznej, naukowej), dyfuzja know-how, nowoczesnych rozwiązań organizacyjnych, technologii, tworzenie relacji, otwartość, czy też innowacyjność, która powstaje w wyniku realizowanych spotkań bezpośrednich, w których uczestniczą także lokalne firmy i instytucje publiczne (kulturalne, sportowe), to tylko wybrane korzyści. Policzalne są wartości inwestycji w infrastrukturę dla wielkich spotkań, która to infrastruktura służy także mieszkańcom i lokalnym przedsiębiorcom, przyczynia się do powstania nowych miejsc pracy, przyciąga kolejnych inwestorów i jest źródłem dochodów dla firm z nimi związanych.

Rynek wydarzeń kulturalnych, sportowych a także biznesowych dla podkreślenia jego znaczenia gospodarczego w regionie może być nazywany „**przemysłem wydarzeń**”.

W niniejszym opracowaniu dokonano diagnozy aktualnego rynku wydarzeń w Katowicach, wskazano kluczowe kierunki rozwoju przemysłu wydarzeń oraz przeprowadzono analizę ryzyka oraz analizę interesariuszy w tym także w zakresie możliwych aliasów strategicznych.

W tym celu przeprowadzono badania rynkowe typu desk research wykorzystując dostępne źródła informacji (raporty, analizy, dokumenty planistyczne) oraz badania bezpośrednio z celowo dobranymi podmiotami rynkowymi funkcjonującymi na rynku wydarzeń (wywiady z osobami zarządzającymi znaczącymi obiektami kulturalnymi, sportowymi jak i biznesowymi) w Katowicach.

---

<sup>9</sup> więcej: M. Oppermann'a: *Convention destination images analysis of association meeting planners' perceptions*. Tourism Management. 1996, vol. 17. No 3 s. 176; por.: M. Oppermann: *Convention Cities – Images and Changing Fortunes*. The Journal of Tourism Studies Vol. 7, No. 1, '96, s. 11-19; G. Hank-Haase: *Der Tagung – und Kongressreiseverkehr als wirtschaftlicher Faktor in Deutschen Grosstaten unter besonderer Berücksichtigung von Wiesbaden*. Trier 1992, s. 7-8; Dr. A. Gugg & Dr G. Hank-Haase: *Die wirtschaftliche Bedeutung des Tagungs- und Kongressreiseverkehrs in Deutschland*, Frankfurt, Februar 1995, s. 5 - 12; G. I. Crouch, J.R.B. Ritchie: *Tourism, competitiveness, and societal prosperity*. Journal of Business Research, 44, (1999 r.)s. 137-152.; I. Crouch, Geoffrey, J. R. Brent Ritchie: *Convention site selection research: a review, conceptual model, and propositional framework*. Journal of Convention & Exhibition Management, 1 (1998),s. 49-69; w: K. Cieślowski: *Rynek turystyki konferencyjnej. Tom I. Podstawy teoretyczne. Funkcjonowanie i rozwój na świecie*. AWF Katowice, 2014, s. 145

## 1. Katowice jako atrakcyjne miejsce wydarzeń

### 1.1 Kluczowe fakty dla rozwoju przemysłu wydarzeń w Katowicach

Historyczne początki Katowic sięgają XVI wieku, kiedy były ośrodkiem rolniczym i kuźniczym, którego gwałtowny rozwój został zapoczątkowany był w połowie XIX w. wraz z rozwojem przemysłu ciężkiego i doprowadzeniem do miasta linii kolejowej. Prawa miejskie Katowice uzyskały 11 września 1865 r.

W 2014 r. w Katowicach mieszkało 301 834 osób. Powierzchnia miasta to 165 km<sup>2</sup>.



**Rys. 1. Aglomeracja katowicka na tle największych aglomeracji miejskich w Unii Europejskiej**

źródło: <https://en.wikipedia.org> za: Report. Demographia World Urban Areas. 11th Annual Edition. (Built-Up Urban Areas or World Agglomerations), Belleville 2015

Katowice to miasto w środku największej w Polsce i jednej z największych w Unii Europejskiej (UE) aglomeracji miejskiej pod względem liczby mieszkańców - 15 miejsce w UE z liczbą 2 190 000 mieszkańców w sąsiadujących ze sobą miastach według raportów Demographia World Urban Areas<sup>10</sup> (rys. 1), a także stolica województwa śląskiego. W Katowicach 42% powierzchni całkowitej miasta zajmują tereny zielone. To także miasto akademickie (80 tys. studentów w Katowicach, a prawie 200 tys. w Metropolii Silesia) o dużym potencjale naukowym<sup>11</sup>.

<sup>10</sup> por. Report. *Demographia World Urban Areas: 11th Annual Edition*. (Built-Up Urban Areas or World Agglomerations), Belleville 2015

<sup>11</sup> W Katowicach mają swoją siedzibę uczelnie znane na całym świecie dzięki dorobkowi naukowemu pracowników jak i sukcesów absolwentów. Wśród nich można wymienić m.in.: Uniwersytet Śląski, Śląski Uniwersytet Medyczny, Uniwersytet Ekonomiczny, Akademia Muzyczna, Akademia Sztuk Pięknych, Politechnika Śląska, Akademia Wychowania Fizycznego. Por. [www.katowice.eu](http://www.katowice.eu)



**Rys. 2. Katowice – główne szlaki drogowe**

źródło: google.pl/maps

Katowice posiadają dobrą dostępność komunikacyjną dla organizacji wielkich wydarzeń. W pobliżu miasta znajduje się przecięcie europejskich szlaków komunikacyjnych (A1 i A4 – 20 km od centrum Katowic). Przez miasto przebiega autostrada A4 (1,5 km od centrum). W promieniu 100 km od centrum miasta znajdują się trzy międzynarodowe lotniska<sup>12</sup>. Najbliżej (30 km od centrum Katowic) jest Międzynarodowy Port Lotniczy „Katowice-Pyrzowice”, który obsługuje ponad 2,5 mln pasażerów każdego roku<sup>13</sup>. Jest to też najwyższej nad poziomem morza położone lotnisko pasażerskie w Polsce obsługujące połączenia międzynarodowe, co gwarantuje najmniejszą liczbę dni mglistych w ciągu roku. Takie położenie to duże prawdopodobieństwo punktualnych przylotów i wylotów dla najważniejszych uczestników spotkań konferencyjnych. Kolejne inwestycje na lotnisku sprzyjają dalszemu rozwojowi połączeń z największymi miastami Europy i pozostałej części świata. W Katowicach jest także mniejsze lotnisko, usytuowane 3 km od centrum, przystosowane do obsługi małego ruchu lotniczego, głównie biznesowego i lotów sportowych. Dostępność komunikacyjna dla uczestników wydarzeń wydaje się bardzo dobra, gdyż w województwie śląskim jest największy w kraju wskaźnik dróg o nawierzchni twardej (dla dojazdu samochodem) i linii normalnotorowych na 100 km<sup>2</sup> (dla rozwoju kolejowej komunikacji zbiorowej).

<sup>12</sup> Katowice-Pyrzowice, Kraków-Balice, Ostrawa

<sup>13</sup> Por. [www.katowice-airport.com](http://www.katowice-airport.com)

W Katowicach zarejestrowana jest największa w kraju specjalna strefa ekonomiczna<sup>14</sup>. A w rejestrze REGON, znajduje się ponad 40 tys. podmiotów gospodarczych w tym ponad 1 tys. z udziałem kapitału zagranicznego<sup>15</sup>. Sprzyja to także dalszemu rozwojowi wydarzeń biznesowych i innych w mieście.

Katowice mają bardzo dobrą zdolność kredytową. Według badań międzynarodowej agencji ratingowej Fitch<sup>16</sup> zdolność miasta do zaciągania zobowiązań została oceniona na poziomie „A” (perspektywa stabilna), co jest pozytywnie oceniane przez inwestorów. Sprzyja to dalszemu rozwojowi infrastruktury miasta także dla turystyki biznesowej (parking, drogi dojazdowe do miejsc spotkań, obiekty spotkań – budowa nowych, remonty istniejących).

W Katowicach znajduje się nowoczesna i wciąż rozbudowywana baza hotelowa. W 2014 roku funkcjonowało w Katowicach 17 hoteli, w których znajdowało się 1 867 pokoi. Hotele te były w stanie pomieścić w tych pokojach 3 091 gości<sup>17</sup>. Znajdują się tutaj nowoczesne zadaszone miejsca spotkań przygotowanych dla realizacji wielkich wydarzeń.

Największe z nich to: Międzynarodowe Centrum Kongresowe i Hala Widowiskowa „Spodek”, która została w ostatnich latach gruntownie wyremontowana. W Spodku na trybunach może zmieścić się nawet 11 500 osób<sup>18</sup>. Międzynarodowe Centrum Kongresowe Katowice oddane do użytku w 2015 roku może pomieścić jednorazowo 15 000 osób.

W Katowicach znajduje się też wiele innych obiektów dla realizacji dużych wydarzeń np.: nowa siedziba Narodowej Orkiestry Symfonicznej Polskiego Radia (NOSPR) w Katowicach<sup>19</sup>, nowa siedziba Muzeum Śląskiego<sup>20</sup>, nowoczesny wielofunkcyjny budynek Wydziału Prawa Uniwersytetu Śląskiego (każda z sal pomieści kilkaset osób), Galeria Sztuki Rondo z salą dla ponad 500 osób. Nieco dalej od rynku ulokowane jest Centrum Kultury Katowice które pomieści na głównej sali 1 000 osób.

Zachodzące przemiany w Katowicach, w tym inicjowane przez Urząd Miasta Katowice projekty przebudowy centrum i kilku kwartałów miasta, sprawiły, że Katowice stają się coraz bardziej znaczącym w regionie liderem pozytywnych zmian gospodarczych i społecznych. Wartość inwestycji w centrum miasta w latach 2009 do 2014 przekroczyła 2,6 mld złotych (zrealizowane projekty to m.in.: przebudowa obszaru Rondo – Rynek, budowa Międzynarodowego Centrum Kongresowego, Nowa Siedziba NOSPR, nowa siedziba Muzeum Śląskiego, przebudowa Spodka,

---

<sup>14</sup> Obecność Katowickiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej jest niezwykle istotna w zachęcaniu nowych firm do lokalizowania się w mieście i regionie; dzięki oferowanej uldze podatkowej ponad 180 firm zlokalizowało się w ramach KSSE, które zainwestowały ponad 4 mld EUR oraz zatrudniają ponad 41000 pracowników.

<sup>15</sup> W Katowicach zainwestowały m.in: Rockwell Automation, Unilever, Mentor Graphics, Steria, Ernst&Young; Deloitte; PricewaterhouseCoopers; KPMG, CapGemini czy Display Link, pochodzący z Kalifornijskiej Doliny Krzemowej.

<sup>16</sup> [www.pl.invest.katowice.eu](http://www.pl.invest.katowice.eu) (z dn. 29.10.2014)

<sup>17</sup> por.: [www.stat.gov.pl](http://www.stat.gov.pl) (z dn. 29.10.2014)

<sup>18</sup> [www.spodek.eu](http://www.spodek.eu) (z dn. 29.10.2014)

<sup>19</sup> Estrada NOSPR to powierzchnia ponad 250 m<sup>2</sup>, zapewnia komfort pracy 120-osobowej orkiestry i 100-osobowego chóru. Scena wyposażona jest w system platform umożliwiających dowolne profilowanie estrady. Na widowni znajduje się 1 800 miejsc siedzących rozmieszczonych na pięciu poziomach. por.: [www.przemiana.katowice.eu](http://www.przemiana.katowice.eu) (z dn. 15.10.2015)

<sup>20</sup> Powierzchnię wystawienniczą w nowym głównym gmachu zaplanowano na 2 poziomach. Łącznie – 6068 m<sup>2</sup>



przebudowa dworca PKP, przebudowę Domu Prasy, przebudowa ulicy 3 Maja, przebudowa hali Supersamu, modernizacja Skweru Sokolska)<sup>21</sup>.

Najważniejszą dla rozwoju przemysłu wydarzeń inwestycją w ostatnich latach była budowa **Międzynarodowego Centrum Kongresowego** (koszt łączny przekroczył 320 mln zł, funkcjonuje od 2015 roku). Przedmiotowe przedsięwzięcie polegało na rewitalizacji śródmiejskich terenów Katowic. Zagospodarowane zostały tereny poprzemysłowe Kopalni Węgla Kamiennego „Katowice-Kleofas”, leżące w bezpośrednim sąsiedztwie hali „Spodek”. Inwestycja ta powinna odgrywać kluczową rolę w kształtowaniu konkurencyjności regionu, a w perspektywie dalszej także w kształtowaniu konkurencyjności kraju<sup>22</sup>.

Zachodzące zmiany potwierdzają pojawiające się w wielu materiałach promocyjnych miasta zdanie: *„Przemysłowe oblicze miasta przechodzi do historii”*. Tym zmianom infrastrukturalnym towarzyszą także zmiany administracyjne, które sprzyjają rozwojowi przemysłu wydarzeń w mieście.

Mając na uwadze przyjęte na wstępie założenia, że fundamentem dla rozwoju wydarzeń kulturalnych, czy też sportowych są spotkania biznesowe, to istotnym momentem w rozwoju przemysłu wydarzeń w Katowicach jest także data 1 lipca 2009 r.. W tym dniu decyzją Prezydenta Miasta Katowice powołany został Referat Kongresów i Konferencji – „Convention Bureau Katowice”. Miasto od tego momentu stara się jeszcze bardziej angażować w rozwój spotkań na swoim terenie. Przejawia się to m.in. w organizowaniu wielu konferencji z udziałem ekspertów w zakresie przemysłu spotkań, uczestnictwa delegatów administracji miasta w imprezach branżowych na terenie Polski i zagranicą oraz zaangażowaniu w realizację badań rynku spotkań na swoim terenie.

We innych miastach Polski, gdzie działają convention bureaus, wydarzenia biznesowe stały się ważnym produktem tych regionów, a inwestycje w rozwój nowoczesnej bazy kongresowej i sieci hotelarskich stanowią istotny element rozwoju gospodarczego na ich terenie. Miasto Katowice uchwałą Rady Miasta z dn. 10.09.2014 w sprawie realizacji działań promocyjnych Miasta Katowice, związanych z rozwojem turystyki biznesowej przeznaczyło na ten cel na lata 2015 – 2020 łączną kwotę 54 mln zł. Wydatkowanie tych pieniędzy wiąże się także z dalszą aktywnością Convention Bureau Katowice i wsparcia dla przyciągania różnych wydarzeń (także kulturalnych, sportowych i biznesowych) do Międzynarodowego Centrum Kongresowego, jako kluczowego projektu inwestycyjnego na rynku spotkań w regionie. Dla właściwego zagospodarowania zapisanych w wymienionej Uchwale funduszy istotne wydaje się też wyznaczenie kierunków rozwoju przemysłu wydarzeń w Katowicach.

---

<sup>21</sup> Por.: [www.przemiana.katowice.eu](http://www.przemiana.katowice.eu) (z dn. 15.10.2015)

<sup>22</sup> [http://przemiana.katowice.eu/projekty/25/miedzynarodowe\\_centrum\\_kongresowe.html](http://przemiana.katowice.eu/projekty/25/miedzynarodowe_centrum_kongresowe.html)

## 1.2 Katowice - dla kultury

Na terenie miasta Katowice funkcjonuje wiele podmiotów podejmujących inicjatywy w zakresie upowszechniania (promocji) sportu i kultury. Są to podmioty zarówno prywatne, jak i komunalne oraz państwowe.

W Katowicach funkcjonuje 13 jednostek szkolnictwa artystycznego prowadzących 21 szkół<sup>23</sup>. Wydaje się, że inicjatywy, kontakty i sukcesy tych jednostek stanowią znaczące zaplecze artystyczne i potencjał dla rozwoju wydarzeń kulturalnych w mieście.

Wśród różnych obiektów kultury (traktowanych także jako zadane miejsca spotkań dla celów związanych z kulturą) można wymienić: kina, teatry, muzea, galerie.

Na terenie miasta Katowice znajduje się 8 kin, w których mieszczą się 43 sale, łącznie z 8 255 miejscami na widowni. W 2014 roku wyświetlono 71 841 seansów filmowych, a obejrzało je 1 176 423 widzów<sup>24</sup>. Ponadto w Katowicach znajduje się 6 teatrów<sup>25</sup> przy czym w dwóch najaktywniejszych z nich (dramatyczny i lalkowy) odbyło się w 2014 roku 664 spektakle, które obejrzało na widowni 85 413 osoby<sup>26</sup>. Obiektów kultury typu „galeria” (jako obiektów kultury) znajduje się w Katowicach 16, a muzeów z oddziałami - 13<sup>27</sup>. Wydaje się, że szczególnie istotne dla rozwoju wydarzeń kulturalnych w Katowicach są: Galeria Szyb Wilson (posiada sale na 1 000 osób), Muzeum Śląskie oraz Galeria Sztuki Rondo. Dwa ostatnie posiadają pomieszczenia o pojemności 400 osób w każdym z nich.

W Katowicach znajdują się także: Filharmonia Śląska im. Henryka Mikołaja Góreckiego<sup>28</sup> (2 sale o łącznej pojemności 420 osób), budynek Narodowej Orkiestry Symfonicznej Polskiego Radia (NOSPR) z 2 salami i pojemności największej z nich 1 800 osób; a także Sala Koncertowa Akademii Muzycznej im. Karola Szymanowskiego w Katowicach o pojemności 480 osób<sup>29</sup>. Te budynki są dobrze wyposażone w multimedia, oddane do użytku na przestrzeni ostatnich kilku lat. Obiekty te zdobyły sobie już znaczną renomę na rynku wydarzeń kulturalnych w Polsce, występują w nich artyści z całego świata, a bilety na organizowane w tych obiektach imprezy sprzedawane są na wiele tygodni przed wydarzeniem.

Duże znaczenie dla rynku wydarzeń w mieście ma obiekt na placu Sejmu Śląskiego - Centrum Kultury Katowice im. Krystyny Bochenek. Znajduje się w nim duża sala dla 1000 osób. Obiekt ten wykorzystywany jest także dla organizacji wystaw, targów czy konferencji.

W 2010 roku powołano w Centrum Kultury Katowice – katowickie Biuro ESK (Europejskiej Stolicy Kultury), działające, które przygotowało propozycję programu obchodów w związku z kandydaturą Katowic do tytułu Europejska Stolica Kultury 2016. W październiku 2010 roku Katowice znalazły się w finale konkursu. 1 kwietnia 2011 roku powołano Instytucję Kultury Katowice 2016 Biuro ESK, która kontynuowała program. 21 czerwca 2011 roku ogłoszono wyniki

<sup>23</sup> por.: <http://szkolnictwoartystyczne.mk.gov.pl/#> (dostęp dn.: 19-10-2015)

<sup>24</sup> por. *Bank danych lokalnych. Kultura i sztuka. Kina*. [www.stat.gov.pl](http://www.stat.gov.pl) (dost. 20-10-2015)

<sup>25</sup> <https://www.katowice.eu/miasto/co-gdzie-kiedy/teatry> (dost. 20-10-2015)

<sup>26</sup> por. *Bank danych lokalnych. Kultura i sztuka. Działalność sceniczna i wystawiennicza. Teatry*. [www.stat.gov.pl](http://www.stat.gov.pl) (dost. 20-10-2015)

<sup>27</sup> por.: *Informator. Galerie i Muzea Katowic*. Urząd Miasta Katowice Wydział Promocji, Katowice 2014

<sup>28</sup> <http://www.filharmoniaslaska.art.pl>

<sup>29</sup> [www.konferencje.pl](http://www.konferencje.pl)

konkursu i na Europejską Stolicę Kultury 2016, komisja w Warszawie wybrała Wrocław. 5 września 2011 roku decyzją Rady Miasta Katowice Biuro ESK przekształcone zostało w Instytucję Kultury Katowice - Miasto Ogrodów.

Instytucja Kultury Katowice - Miasto Ogrodów realizuje znane projekty kulturalne miasta Katowice, takie jak: Katowice JazzArt Festival, Katowice Street Art Festival czy Urodziny Miasta. Jesienią 2015 uruchomiono plan połączenia tej instytucji z Centrum Kultury Katowice.

W ramach struktur organizacyjnych Urzędu Miasta Katowice funkcjonuje Wydział Kultury. Do aktywności Wydziału należą m.in.: ustalanie w planach miasta zadań w obszarze kultury, określanie zasad i sposobów ich realizacji zgodnie z przyjętymi przez Radę Miasta kierunkami działania w zakresie kultury; udzielanie i rozliczanie dotacji dla nadzorowanych instytucji kultury; zapewnienie podległym instytucjom kultury odpowiednich warunków działania i rozwoju, a także współpraca w zakresie upowszechniania kultury z innymi niż miejskie jednostkami organizacyjnymi działającymi w mieście.

Wydział Kultury prowadzi także nadzór nad działalnością wyodrębnionych jednostek organizacyjnych działających na rzecz rozwoju kultury w mieście<sup>30</sup>.

Należy zauważyć, że na terenie Katowic realizowanych jest co roku 37 cyklicznych imprez festiwalowych<sup>31</sup>. A innych (niecyklicznych) wydarzeń kulturalnych odnotowuje się co roku ponad 240<sup>32</sup>.

Wśród wielkich wydarzeń kulturalnych w Katowicach można wymienić m.in. **OFF Festiwal**. Realizowany w mieście od 2010 roku. Cykliczna impreza kulturalna, trwająca trzy dni w sierpniu, która co roku przyciąga ponad 11 tysięcy odwiedzających, kilkudziesięciu artystów, kilkaset dziennikarzy z kraju i ze świata. W styczniu 2012 OFF Festival został doceniony na arenie międzynarodowej zdobywając prestiżową nagrodę European Festival Award w kategorii Najlepszy Festiwal Średniej Wielkości. W tym samym roku serwis internetowy Pitchfork wyróżnił OFF Festival umieścić go na liście 20 najważniejszych festiwali letnich na świecie.

Następne wielkie wydarzenie, na którym co roku jest ponad 11 tysięcy odwiedzających to **Festiwal Nowa Muzyka** (Tauron Nowa Muzyka). Od 2009 roku festiwal odbywa się w Katowicach, trwa kilku dni pod koniec sierpnia. Niezależnie od tego, w różnych miejscach w trakcie roku odbywają się koncerty w ramach cyklu "Before Tauron Nowa Muzyka". Na imprezie akredytowanych jest ponad dwustu dziennikarzy z kraju i ze świata. Występuje w czasie kilku dni ponad 60 grup muzycznych. W 2015 roku impreza realizowana była także w Międzynarodowym Centrum Kongresowym.

Kolejna wielka impreza to **Rawa Blues Festival**. Aktualnie największy i jeden z najstarszych w Polsce, jeden z największych na świecie, festiwal muzyki bluesowej. Od początku (1981 r.)

---

<sup>30</sup> Należą do nich: Muzeum Historii Katowic, Miejskiego Domu Kultury „Koszutka”, Miejskiego Domu Kultury „Szopienice-Giszowiec”, Miejskiego Domu Kultury „Bogucice-Zawodzie”, Miejskiego Domu Kultury „Ligota”, Miejskiego Domu Kultury „Południe”, Miejskiej Biblioteki Publicznej, Centrum Kultury Katowice im. Krystyny Bochenek, Zespołu Śpiewaków Miasta Katowice „Camerata Silesia”, Galerii Sztuki Współczesnej BWA, Śląskiego Teatru Lalki i Aktora „Ateneum”, Instytucji Promocji i Upowszechniania Muzyki „Silesia”, Instytucji Kultury „Katowice - Miasto Ogrodów.”

<sup>31</sup> <https://www.katowice.eu/miasto/co-gdzie-kiedy/festiwale>

<sup>32</sup> <http://www.kulturalnyslask.pl/Wydarzenia/City/Katowice> (dostęp, dn.: 20-10-2015)

organizowany w Katowicach w hali widowiskowej Spodek. Nazwa festiwalu pochodzi od katowickiej rzeki Rawy. Impreza jest cykliczna, trwa dwa dni w październiku. Liczba odwiedzających przekracza 11 tysięcy osób. W 2012 roku Rawa Blues Festival został uhonorowany wyjątkowo prestiżową nagrodą - największe międzynarodowe stowarzyszenie bluesowe, The Blues Foundation, przyznało Rawie nagrodę Keeping The Blues Alive w kategorii Festival International.

W 2015 roku główne portale sprzedażowe biletów na imprezy kulturalne w Polsce (Eventim i TicketPro) proponowały bilety na odpowiednio na 19 i na 29 wydarzeń w Katowicach. Jest to średni wynik na tle innych miast wojewódzkich (Tab. 1).

**Tabela 1. Liczba imprez w Katowicach w 2015 r., na które były sprzedawane bilety w Eventim i TicketPro na tle innych miast wojewódzkich**

I.p.	Miasta wojewódzkie	Eventim	Ticet pro
1.	Białystok	4	6
2.	Bydgoszcz	7	12
3.	Gdańsk	74	58
4.	Gorzów Wielkopolski	0	0
<b>5.</b>	<b>Katowice</b>	<b>19</b>	<b>29</b>
6.	Kielce	4	8
7.	Kraków	58	8
8.	Lublin	7	24
9.	Łódź	41	1
10.	Olsztyn	5	5
11.	Opole	2	12
12.	Poznań	53	55
13.	Rzeszów	2	3
14.	Szczecin	12	31
15.	Warszawa	264	24
16.	Wrocław	77	91

Źródło: K. Cieślowski - opracowanie własne na podstawie [www.ticketpro.pl](http://www.ticketpro.pl) oraz [www.eventim.pl](http://www.eventim.pl) (dostęp dn.: 20-10-2015)

Wiele imprez kulturalnych realizowanych w Katowicach to wydarzenia międzynarodowe, co wpływa pozytywnie na rozpoznawalność miasta na mapie znaczących destynacji kulturalnych w Europie i na świecie. Szerokie zaplecze obiektów kultury (miejsc spotkań) i aktywność instytucji kultury oraz ciekawe i odważne inicjatywy kulturalne (np.: ubieganie się miasta o tytuł Europejskiej Stolicy Kultury<sup>33</sup>) pozwalają optymistycznie spojrzeć w przyszłość.

<sup>33</sup> Katowice nie wywalczyły tytułu Europejskiej Stolicy Kultury 2016. Została jednak wyzwolona pozytywna energia, a miasto zmieniło się poprzez kulturę. w: <http://katowice.naszemiasto.pl> (dostęp dn.: 20-10-2015)

Katowice, według raportu badań rynku wydarzeń kulturalnych przeprowadzonych przez PBS Sp. z o.o.<sup>34</sup> w 2014 r., zaliczane są do miast z dobrą sytuacją w sektorze kultury, do miast rozwijających się na rynku wydarzeń kulturalnych.

---

<sup>34</sup> por.: *Kultura w Gdańsku. Badanie środowiska opiniotwórczego – diagnoza pozycji Gdańska na mapie kulturalnej Polski*. PBS sp. z o.o., Gdańsk 2014, s. 9

### 1.3 Katowice - dla sportu

W Katowicach w 2013 roku zlokalizowanych było 501 obiektów sportowych, które można podzielić według funkcji na 24 kategorie i według rodzaju podmiotu zarządzającego na 5 kategorii<sup>35</sup>. Dla organizacji różnych imprez sportowych od 2015 roku wykorzystywane może być także Międzynarodowe Centrum Kongresowe (MCK Katowice). Największa zadaszona hala w MCK (powstaje w wyniku połączenia sal A+B+C) posiada powierzchnię 8 174 m<sup>2</sup> i wysokość 12,5 m. W kwietniu 2015 roku zorganizowano tu międzynarodowy turniej tenisa ziemnego z cyklu WTA International - Katowice Open, z nagrodami o łącznej wartości 250 000 USD. Należy wspomnieć, że MCK Katowice znajduje się w bezpośrednim sąsiedztwie Hali Widowiskowo-Sportowej Spodek i posiada połączenie z nim przejściem podziemnym, co ułatwia ewentualną realizację wydarzenia w dwóch obiektach jednocześnie.

Potencjał dla rozwoju imprez sportowych stanowią także relacje instytucji i organizacji sportowych, rozwijane na arenie krajowej i międzynarodowej, a także sukcesy organizacji sportowych z siedzibą lub oddziałem w Katowicach.

**Tabela 2. Liczba klubów sportowych w Katowicach na tle Polski i województwa śląskiego**

	2004 r.	2014 r.	zmiana
Polska	9 888	14 009	41,7%
województwo śląskie	923	1 351	46,4%
Katowice	45	100	122,2%

Źródło: K. Cieślowski - opracowanie własne na podstawie *Bank Danych Lokalnych, Kluby sportowe łącznie z klubami wyznaniowymi i UKS*. stat.gov.pl (dostęp 19-10-2015)

**Tabela 3. Liczba członków klubów sportowych w Katowicach na tle Polski i województwa śląskiego**

	2004 r.	2014 r.	zmiana
Polska	849 312	941 476	10,9%
województwo śląskie	90 492	105 092	16,1%
Katowice	7 265	10 255	41,2%

Źródło: K. Cieślowski - opracowanie własne na podstawie *Bank Danych Lokalnych, Kluby sportowe łącznie z klubami wyznaniowymi i UKS*. stat.gov.pl (dostęp 19-10-2015)

W 2014 roku w Katowicach działało (według danych GUS) 100 klubów sportowych (tab. 2.) co oznacza wzrost w latach 2004 do 2014 o 122,2 %, czyli większy niż w Polsce (41,7%) i w województwie śląskim (46,4%).

W tych 100 klubach w Katowicach liczba członków (tab. 3.) wynosiła w 2014 r. – 10 255, co oznacza wzrost w porównaniu do 2004 r. o 41,2%, czyli wzrost większy niż w Polsce (10,9%) i województwie śląskim (16,1%).

<sup>35</sup> por.: *Strategia rozwoju sportu Miasta Katowice do 2022 roku*. Grupa PRC sp. z o.o., Katowice 2013, s. 13

W 2014 roku we wszystkich imprezach masowych na terenie miasta Katowice uczestniczyło 898 229 osób, **przy czym w sportowych 410 991 osób**, w artystyczno-rozrywkowych 406 238, a w interdyscyplinarnych – 81 000 osoby. W statystykach łącznej liczby uczestników w imprezach masowych w miastach wojewódzkich Katowice zajęły 4 miejsce za Warszawą, Krakowem, Wrocławiem.

**Tabela 4. Liczba uczestników imprez masowych w miastach wojewódzkich w 2014 r.**

	Liczba uczestników w imprezach masowych ogółem	W imprezach artystyczno-rozrywkowych	W imprezach interdyscyplinarnych	W imprezach sportowych
Warszawa	2 343 314	986 418	0	1 356 896
Kraków	1 453 992	334 217	0	1 119 775
Wrocław	1 263 781	337 559	55 500	870 722
<b>Katowice</b>	<b>898 229</b>	<b>406 238</b>	<b>81 000</b>	<b>410 991</b>
Poznań	870 761	271 261	0	599 500
Toruń	782 133	102 000	0	680 133
Łódź	720 045	238 858	19 000	462 187
Gdańsk	715 145	128 214	0	586 931
Bydgoszcz	497 968	57 500	0	440 468
Szczecin	452 547	167 684	0	284 863
Zielona Góra	350 036	47 300	0	302 736
Rzeszów	295 376	64 000	19 500	211 876
Białystok	282 220	69 570	7 435	205 215
Lublin	262 458	71 242	0	191 216
Gorzów W.	196 459	26 500	8 500	161 459
Olsztyn	196 200	71 200	0	125 000
Opole	164 300	81 100	6 600	76 600
Kielce	26 000	26 000	0	0

Źródło: K. Cieślowski - opracowanie własne na podstawie *Bank Danych Lokalnych, Liczba uczestników imprez masowych*. stat.gov.pl (dostęp 19-10-2015)

Na terenie miasta funkcjonuje jedna z najbardziej utytułowanych i zasłużonych dla rozwoju sportu w Polsce uczelni wyższych Akademia Wychowania Fizycznego im. Jerzego Kukuczki w Katowicach. Absolwenci tej Uczelni stanowią od wielu lat trzon polskiej reprezentacji olimpijskiej (zarówno do igrzysk zimowych, jak i letnich), a w grach zespołowych, szkoleniowcy główni lub współpracujący z reprezentacjami Polski w różnych dyscyplinach, związani są z AWF Katowice. Uczelnia ta na trzech wydziałach kształci ponad 5 000 studentów (przyszłych sportowców, trenerów, nauczycieli, menadżerów).

Do największych sportowych imprez masowych, a także imprez o dużym zainteresowaniu mediów krajowych jak i międzynarodowych zaliczyć należy zrealizowane w 2014 roku: międzynarodowy turniej tenisowy Katowice Open, Tour de Pologne, Mistrzostw Świata w Piłce Siatkowej Mężczyzn 2014.

**Katowice Open** to turniej rangi WTA International Series, zaliczany do cyklu WTA Tour. Rozgrywany na kortach twardych w hali w katowickim Spodku od 2013 roku o puli nagród przekraczającej 250 tysięcy dolarów. W ciągu kilku dni liczba odwiedzających imprezę osiąga kilkanaście tysięcy widzów, kilkuset dziennikarzy i kilkudziesięciu sportowców. Impreza cykliczna

(w kwietniu) o znaczeniu międzynarodowym, która na stałe wpisała się w kalendarz wydarzeń miasta Katowice.

Sukcesem też zakończyły się zabiegi Wydziału Promocji Miasta Katowice przyciągnięcie międzynarodowego wyścigu kolarskiego **Tour de Pologne**. Jest to jedna z najbardziej prestiżowych międzynarodowych imprez sportowych w Polsce. Od 2012 roku wyścig na stałe wpisał się w wydarzenia sportowe w mieście. Co roku w sierpniu Katowice będą miastem etapowym do 2019 roku. W wyścigu uczestniczy w nim ponad 180 czołowych kolarzy ze świata, kilkuset dziennikarzy i miliony widzów telewizyjnych transmisji.

We wrześniu 2014 roku Katowice były jednym z miast gospodarzy **Mistrzostw Świata w Piłce Siatkowej Mężczyzn 2014**. 18. Edycja międzynarodowego turnieju siatkarskiego o tytuł mistrza świata, zorganizowana była w dniach od 30 sierpnia do 21 września 2014 r. w Polsce przez Polski Związek Piłki Siatkowej (PZPS) i telewizję Polsat, pod patronatem Międzynarodowej Federacji Piłki Siatkowej (FIVB). W Katowicach odbywały się mecze grupowe oraz finałowe. Mecz finałowy reprezentacji Polski z Brazylią oraz ceremonię rozdania medali oglądało na hali widowiskowej Spodek 12 000 osób a telewizja odnotowała nowy rekord oglądalności w tym dniu ponad 17 mln osób (tab. 5).

**Tabela 5. Największa oglądalność telewizyjna imprez sportowych w Polsce**

telewizja	rok	zawody sportowe	widzów
Polsat	2014	MŚ siatkarzy 2014 (Finał Polska - Brazylia)	17 200 000
TVP	2012	Euro 2012 (Mecz Polska - Rosja)	16 234 000
TVP	2012	Euro 2012 (Mecz otwarcia Polska - Grecja)	15 531 000
TVP	2002	IO w Salt Lake City (Srebrny Medal Adama Małysza)	14 572 000
TVP	2014	IO w Soczi (Złoty medal Kamila Stocha)	14 190 000

Źródło: K. Cieślowski - opracowanie własne na podstawie *wyborcza.biz/biznes* (dostęp 19-10-2015)

W ramach struktur Urzędu Miasta Katowice funkcjonuje Wydział Sportu i Turystyki. Do jego zadań własnych w zakresie sportu należą m.in.:

- tworzenie warunków sprzyjających rozwojowi sportu poprzez ustalanie w planach miasta zadań w zakresie sportu, określanie zasad i sposobów ich realizacji zgodnie z przyjętymi przez Radę kierunkami działania miasta w zakresie sportu,
- przygotowywanie projektów uchwał Rady określających warunki i tryb finansowania zadania tworzenia warunków sprzyjających rozwojowi sportu oraz wskazujących zamierzony do osiągnięcia cel publiczny z zakresu sportu,
- Inspirowanie i planowanie miejskich imprez sportowych, a także koordynacja i nadzór organizacyjny nad ich realizacją przez Miejski Ośrodek Sportu i Rekreacji,
- wspieranie klubów i stowarzyszeń sportowych działających na terenie miasta w zakresie upowszechniania sportu wśród mieszkańców, a w szczególności szkolenia dzieci i młodzieży,
- planowanie i rozliczanie dotacji finansowych dla klubów, stowarzyszeń sportowych i Sportowych Spółek Akcyjnych,



- nadzór nad realizacją zadań dotowanych przez miasto, a realizowanych przez kluby sportowe,
- współpraca w zakresie sportu z innymi samorządami, związkami i organizacjami sportowymi,
- współorganizacja wielkich wydarzeń sportowych o randze międzynarodowej, odbywających się na terenie miasta Katowice.

Kolejny podmiot znaczący dla rozwoju wydarzeń sportowych w mieście Katowice to Miejski Ośrodek Sportu i Rekreacji (MOSiR) w Katowicach jest jednostką budżetową Miasta Katowice, i działa w oparciu o uchwałę nr LXI/1431/06 Rady Miasta Katowice z dnia 26 czerwca 2006 roku. Jest znaczącym podmiotem – partnerem dla realizacji zadań z zakresy kultury fizycznej i sportu Wydziału Sportu i Turystyki. MOSiR odpowiada za administrowanie oraz zarządzanie obiektami i terenami rekreacyjnymi, a także urządzeniami sportowymi stanowiącymi mienie komunalne Miasta Katowice. MOSiR gospodaruje mieniem komunalnym zgodnie z jego przeznaczeniem, zapewnia jego odpowiednie eksploataowanie oraz ochronę (w 2015 r. administruje łącznie 25 obiektami)<sup>36</sup>. Do momentu wyłonienia prywatnego operatora Międzynarodowego Centrum Kongresowego w Katowicach, MOSiR pełnił również funkcje administratora tego obiektu.

---

<sup>36</sup> por.: <http://www.mosir.katowice.pl/mosir.html> (data dostępu: 22-10-2015)

## 1.4 Katowice - dla spotkań biznesowych

Rynek spotkań biznesowych obejmuje wydarzenia grupowe organizowane w celach związanych z funkcjonowaniem i/lub rozwojem danej organizacji/ przedsiębiorstwa. Jest to zatem szeroka gama różnych wydarzeń konferencyjnych, targowo-wystawienniczych, jak i o charakterze motywacyjnym dla jego uczestników reprezentujących zazwyczaj jakąś organizację lub przedsiębiorstwo.

Rynek spotkań konferencyjnych i wydarzeń biznesowych w ujęciu podmiotowym tworzą następujące grupy podmiotów:

I grupa – wytwórcy/dostawcy usług cząstkowych

- obiekty spotkań biznesowych i konferencyjnych (centra konferencyjne i kongresowe bez zaplecza noclegowego; hotele i inne obiekty noclegowe z salami konferencyjnymi, obiekt z salą/salami na specjalne wydarzenia w tym obiekty gastronomiczne, obiekty kultury, obiekty sportowe; obiekty edukacyjne i szkoły wyższe z salami dla spotkań biznesowych i konferencyjnych),
- podmioty usług wspomagających (np.: firmy transportowe, restauracje),
- inni lokalni przedsiębiorcy i instytucje okołobiznesowe.

II grupa - pośrednicy

- wyspecjalizowani działający w imieniu zleceniodawców (np.: profesjonalni organizatorzy konferencji – PCO; agencje eventowe, firmy szkoleniowe, itp.),
- działający w imieniu wytwórców/dostawców usług cząstkowych (np.: Convention Bureau).

III grupa – nabywcy

- instytucjonalni: korporacje-firmy, administracja publiczna oraz organizacje non-profit (stowarzyszenia, fundacje, związki, itp.),
- indywidualni (uczestnicy spotkań konferencyjnych, delegaci, kupujący tylko niektóre usługi dodatkowe, w czasie spotkań konferencyjnych i poza nimi; uczestnicy spotkań zamkniętych, jak i uczestnicy spotkań otwartych).

Spotkania konferencyjne<sup>37</sup> i wydarzenie biznesowe<sup>38</sup>, które w nazywane są także **spotkaniami biznesowymi** lub **spotkaniami konferencyjnymi i biznesowymi**, są to spotkania, które odbyły się poza siedzibą zleceniodawcy, trwały minimum 4 godziny, a liczba uczestników była nie mniejsza niż 10 osób.

Analizę takich spotkań, zachowań, wydatków i preferencji ich uczestników, a także zleceniodawców oraz innych podmiotów zaangażowanych w realizację i obsługę takich spotkań, prowadzi od 2011 roku w Katowicach – wyspecjalizowana jednostka organizacyjna Convention Bureau Katowice<sup>39</sup>. Z raportów tych badań wynika, że z roku na rok rośnie liczba spotkań

<sup>37</sup> Szeroka grupa różnych form spotkań konferencyjnych i kongresowych obejmuje: kongresy, konferencje, sympozja, seminaria, szkolenia, zgromadzenia.

<sup>38</sup> Wydarzenia biznesowe do których zaliczyć można: targi, wystawy, gale, pokazy, imprezy motywacyjne, gratyfikacyjne, prezentacje produktów

<sup>39</sup> por.: K. Cieślowski: *Rynek spotkań konferencyjnych i wydarzeń w Katowicach – Raport 2011*. Katowice Convention Bureau, Katowice 2011; K. Cieślowski: *Rynek spotkań konferencyjnych i wydarzeń w*

biznesowych realizowanych w Katowicach (w 2014 r. było ich 7 042, w tym 1 127 spotkania trwały dwa dni lub dłużej), liczba uczestników przekracza 0,5 mln osób, rosną wydatki uczestników (w 2014 r. delegaci bez noclegu wydali w Katowicach ok. 144,9 zł, a nocujący – łącznie wydali ok. 579,2 zł), jednocześnie 30% do 40% uczestników spotkań nie realizuje żadnych wydatków w czasie pobytu na konferencji w Katowicach. Może to być związane z dobrą dostępnością komunikacyjną Katowic i znacznym udziałem w zliczonych konferencjach gości z okolicznych miast<sup>40</sup>.

Convention Bureau Katowice rozpoczęło swoją działalność 1 lipca 2009 r. decyzją Prezydenta Miasta Katowice jako Referat Kongresów i Konferencji „Convention Bureau Katowice” przy Wydziale Promocji i Współpracy z Zagranicą. Następnie podlegało Wydziałowi Promocji. Od 1 marca 2015 Convention Bureau Katowice (CBK) działa jako samodzielna jednostka organizacyjna Urzędu Miasta Katowice. CBK pełni funkcję instytucji pierwszego kontaktu dla osób zainteresowanych organizacją wydarzeń biznesowych w Katowicach, udostępniając dane podmiotów obsługujących wydarzenia kongresowo/wystawiennicze czy sportowo/kulturalne, służąc jako konsultant i doradca w zakresie dostępnych usług. Biuro odpowiedzialne jest za prezentowanie oferty związanej z promocją Katowic, jako atrakcyjnej destynacji dla przemysłu spotkań zainteresowanym podmiotom, m.in. podczas krajowych i zagranicznych targów, warsztatów i wydarzeń, tworzenie bazy danych dotyczących infrastruktury kongresowej i okołokongresowej, monitoring wydarzeń biznesowych organizowanych w Katowicach oraz nawiązywanie i utrzymywanie kontaktów z lokalnymi przedsiębiorcami branży przemysłu spotkań<sup>41</sup>.

Katowice są dominującym w województwie śląskim i wyróżniającym się w Polsce miastem, pod względem liczby obiektów spotkań biznesowych, jak i ich wielkości<sup>42</sup>. Główne obiekty spotkań dla organizacji wydarzeń biznesowych w Katowicach to: Międzynarodowe Centrum Kongresowe (maksymalna pojemność 15 000 osób), Hala Widowiskowo-Sportowa Spodek (11 500 osób), NOSPR (1 800 osób), Centrum Kultury Katowice (duża sala 1 000 osób), hale Międzynarodowych Targów Katowickich; hotele (17 obiektów) z salami konferencyjnymi i szkoleniowymi; nowoczesne obiekty biurowe w których znajdują się także sale konferencyjne.

Przy czym koncentracja geograficzna w samym centrum miasta Katowice wielkich powierzchni dla realizacji spotkań biznesowych (Hala Widowiskowo-Sportowa Spodek, pomieszczenia i hale Międzynarodowego Centrum Kongresowego, aula NOSPR, sala konferencyjna Muzeum Śląskiego, Galeria Sztuki Rondo, sale konferencyjne Wydziału Prawa Uniwersytetu Śląskiego, sala konferencyjna biblioteki Centrum Informacji Naukowej i Biblioteka Akademicka) sprawia, że na przestrzeni 1 km<sup>2</sup> może pod dachem pomieścić się na raz ponad

---

*Katowicach – Raport 2012.* Katowice Convention Bureau, Katowice 2012; K. Cieślowski: *Rynek turystyki biznesowej w Katowicach w 2012 roku. Badanie uczestników spotkań konferencyjnych.* Katowice Convention Bureau, Katowice 2013; K. Cieślowski: *Rynek turystyki biznesowej w Katowicach w 2013 roku. Badanie uczestników spotkań konferencyjnych.* Katowice Convention Bureau, Katowice 2014; K. Cieślowski: *Rynek turystyki biznesowej w Katowicach w 2014 roku. Badanie rynkowe uczestników spotkań konferencyjnych.* Katowice Convention Bureau, Katowice 2015

<sup>40</sup> więcej w: K. Cieślowski: *Rynek turystyki biznesowej w Katowicach w 2014 roku. Badanie rynkowe uczestników spotkań konferencyjnych.* Katowice Convention Bureau, Katowice 2015

<sup>41</sup> więcej w: <http://www.convention.katowice.eu/?page=o-nas>

<sup>42</sup> K. Cieślowski: *Rynek turystyki konferencyjnej. Tom II. Funkcjonowanie i rozwój w Polsce.* AWF Katowice, Katowice 2014, s. 134 - 142

25 000 osób<sup>43</sup>, co sprawia że przestrzeń konferencyjna w takiej wielkości jest niespotykana w statystykach innych miast w Polsce i zdecydowanie wyróżnia Katowice na arenie międzynarodowej.

Dużym atutem tych pomieszczeń jest ich wielofunkcyjność, wzajemne uzupełnianie się, bliska odległość, dobra dostępność komunikacyjna. Największe w dwa obiekty (MCK i Spodek) należą do miasta Katowice. Wydaje się, że to wielkie wydarzenia ulokowane przede wszystkim w tych dwóch obiektach, mogą przynieść korzyści administracji miasta (korzystny wizerunek, duży rozgłos, czy też poprawić efektywność finansową tych obiektów), jak i przedsiębiorstwom zaangażowanym w realizację i obsługę wydarzeń i odwiedzających.

Największą imprezą masową w Polsce były w 2015 r. międzynarodowe targi gier komputerowych i oprogramowania **Intel Extreme Masters (IEM)**, które w dniach od 12 do 15 marca 2015 roku zrealizowano w Hali Spodek oraz Międzynarodowym Centrum Kongresowym w Katowicach. Organizatorem imprezy jest firma Turtle Entertainment Polska Sp. z o.o.. IEM to cykliczna impreza, którą w 2015 roku odwiedziło ponad 104 000 osoby. Do obsługi zaangażowano 1 400 pracowników, odnotowano ponad 1 mln widzów na twitch.tv w jednym momencie, uruchomionych zostało ponad 73 milionów sesji na wszystkich streamach a materiały filmowe dostępne online z Katowic w ciągu dziesięciu dni obejrzano ponad 5 milionów razy.

Do znaczących dla miasta Katowice i gospodarki regionu wielkich wydarzeń zaliczyć należy także **Europejski Kongres Gospodarczy w Katowicach**. Jest to cykliczne wydarzenie (co roku od 2009) realizowane wiosną, trwające kilka dni. Pomysłodawcą i organizatorem Kongresu od pierwszej edycji jest Grupa Polskie Towarzystwo Wspierania Przedsiębiorczości S.A.. Kongres stał się najważniejszą imprezą biznesową w Europie Centralnej. Uczestniczą w niej ważne osobistości świata polityki, biznesu, nauki, ekonomii i mediów. W 2015 roku Kongres odbywała się Międzynarodowym Centrum Kongresowym i niektóre sesje w hotelach na terenie Katowic. Przez trzy dni (20-22 kwietnia 2015 r.) liczba uczestników przekroczyła 7 500 osób, ponadto w tym wydarzeniu wzięło udział 700 panelistów, 550 przedstawicieli mediów. Kongres zainaugurował prezydent RP Bronisław Komorowski, a uczestniczyli w nim m.in. komisarze Unii Europejskiej, ministrowie krajów Europy, Azji i Afryki, liczni przedstawiciele biznesu i środowisk eksperckich.

Międzynarodowe **Targi Górniczo-Przemysłowe Energetycznego i Hutniczego „KATOWICE”** to największa w Europie impreza branżowa przemysłu ciężkiego. W 2015 roku targi zrealizowano w Międzynarodowym Centrum Kongresowym w dniach od 8 do 11 września. Impreza zgromadziła kilkaset wystawców z całego świata, kilka tysięcy odwiedzających, kilkaset prelegentów. Wydarzenie organizowane jest raz na dwa lata przez Polską Technikę Górniczą S.A., którą tworzą kluczowi producenci maszyn i urządzeń górniczych (Grupa KOPEX S.A., Grupa FAMUR S.A., Grupa GLINIK S.A., Stomil Wolbrom S.A., Carboautomatyka S.A., Damel S.A.).

Kolejną wielką imprezą biznesową to **Europejski Kongres Małych i Średnich Przedsiębiorstw**, co roku we jesień. Organizatorem Kongresu jest Regionalna Izba Gospodarcza w Katowicach. Kongres stał się płaszczyzną wielu debat i dyskusji skupiających przedstawicieli sektora małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP) i dużych firm, świata nauki, instytucji otoczenia

---

<sup>43</sup> K. Cieślowski: *Koncentracja geograficzna obiektów konferencyjnych - szanse i zagrożenia dla województwa śląskiego*. Prezentacja na Konferencji Silesia Meetings Challenge, Katowice, 17 wrzesień 2015

biznesu, samorządów terytorialnych oraz władz rządowych. Odwiedza go kilka tysięcy osób. Zaliczany jest do najważniejszych w Europie wydarzeń poświęconych sektorowi MŚP.

Opisane imprezy stanowią tylko kilka z wielu wielkich wydarzeń biznesowych realizowanych w mieście Katowice. Dużym wyzwaniem dla administracji Katowic jest zagospodarowanie przestrzeni spotkań stworzonej w centrum miasta, z jak największą korzyścią dla pozostałych obiektów spotkań i przedsiębiorców, zainteresowanych organizacją i realizacją wydarzeń.

## 2. Kierunki rozwoju przemysłu wydarzeń w Katowicach

### 2.1 Uwarunkowania i kierunki ogólne rozwoju przemysłu wydarzeń w Katowicach

Miasto Katowice posiada duży (na tle innych miast w Polsce) potencjał materialny (obiekty spotkań, baza noclegowa, dostępność komunikacyjna) dla organizowania wielkich wydarzeń, a także struktury organizacyjne do zarządzania wydarzeniami, jak i potencjał intelektualny (ludzki – uczelnie wyższe, organizacje społeczne, organizacje branżowe, itd.). Wydaje się zatem słuszne, że Urząd Miasta Katowice na realizację zadań promocyjnych Katowic w 2014 roku przeznaczył 13,7 mln zł, głównie na przyciąganie wielkich wydarzeń. Jak wynika z porównania wydatków promocyjnych w budżetach miast w Polsce, była to kwota największa w kraju (tab. 6).

**Tabela 6. Wydatki miast w Polsce na promocję w 2014 roku**

l.p.	miasto	zł
1.	Katowice	13 700 000
2.	Bydgoszcz	11 600 000
3.	Wrocław	8 000 000
4.	Gdańsk	7 700 000
5.	Krosno	6 529 800
6.	Kraków	6 500 000
7.	Białystok	5 300 000
8.	Łódź	5 200 000
9.	Poznań	4 900 000
10.	Rzeszów	4 300 000

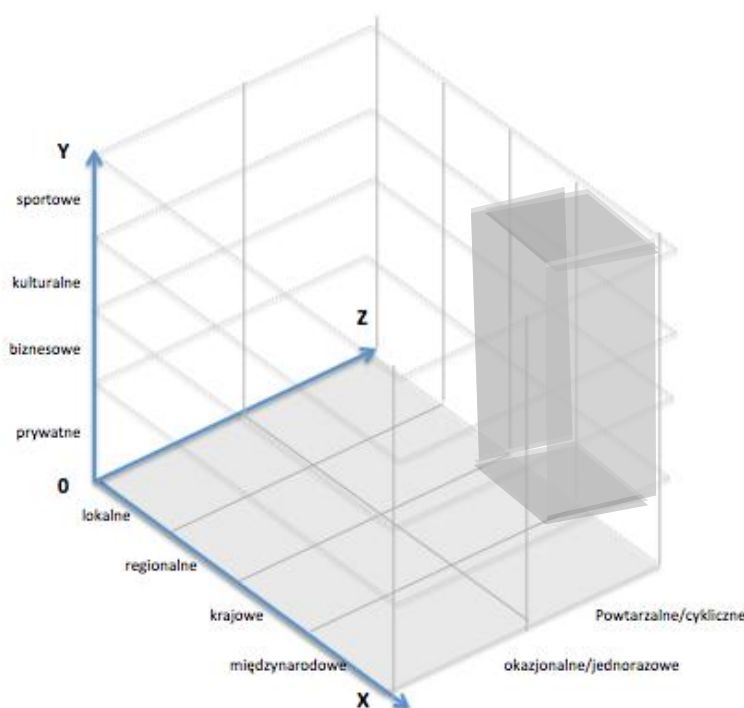
Źródło: K. Cieślowski - opracowanie na podstawie *Wydatki promocyjne miast 2014*. marketingmiejsca.com.pl (18.02.2015)

W ramach tego budżetu promocyjnego podejmowane są m.in. aktywne działania dla utrzymania już istniejących i przyciągania nowych wydarzeń kulturalnych, sportowych, jak i biznesowych do miasta.

W najbliższych latach wysiłki i zabiegi o przyciąganie kolejnych wielkich wydarzeń mogą być w Katowicach zintensyfikowane, gdyż uchwałą Rady Miasta z dn. 10.09.2014 w sprawie realizacji działań promocyjnych Miasta Katowice, związanych z rozwojem turystyki biznesowej przeznaczono łącznie 54 mln zł na lata 2015 – 2020. Wydatkowanie tych pieniędzy wiąże się także z dalszą aktywnością Convention Bureau Katowice i wsparcia dla przyciągania wielkich wydarzeń do Międzynarodowego Centrum Kongresowego, jako kluczowego projektu na rynku turystyki biznesowej w regionie. Z perspektywy przytoczonych w pkt 1. tego opracowania faktów o rynku wydarzeń w Katowicach kierunek ten wydaje się słuszny.

Administracja miasta Katowice powinna skupić swoje wysiłki przede wszystkim na przyciąganiu, wspieraniu organizacji i obsłudze wydarzeń kulturalnych, sportowych i biznesowych, które mają charakter międzynarodowy<sup>44</sup> i cykliczny<sup>45</sup>:

- największych pod względem liczby uczestników<sup>46</sup>,
- najbardziej prestiżowych (unikalnych, wyjątkowych, w swoich kategoriach najlepszych),
- najbardziej medialnych (gwarantujących rozgłos miastu i obiektom) wydarzeń. Przy tym wydaje się, że te cykliczne o randze międzynarodowej są w stanie wygenerować także znaczne korzyści gospodarcze dla całego regionu<sup>47</sup>.



Wydarzenia, podział ze względu na:

- **przestrzenny zasięg oddziaływania wydarzenia - oś „X”** ( lokalne, regionalne, ogólnokrajowe, międzynarodowe)
- **tematykę - główny cel organizatora i sposób finansowania – oś „Y”** (prywatne/zamknięte; biznesowe/ gospodarcze; kulturalne; sportowe)
- **częstotliwość realizacji wydarzeń – oś „Z”** (jednorazowe/okazjonalne, powtarzalne/cykliczne)

**Rys. 3 Najbardziej atrakcyjne wydarzenia dla miasta Katowice**

Źródło: K. Cieślikowski – opracowanie własne

<sup>44</sup> przy czym **wydarzenie międzynarodowe** to takie, które posiada określony program imprezy i przewiduje udział lub współudział osób z zagranicy (tzn. jako: organizator, współorganizator, wystawca, prelegent, gospodarz, moderator, wykonawca, wykładowca, drużyna, zawodnik, artysta) jak i pasywny (np. gość, widz, uczestnik, zwiedzający, słuchacz, kibic).

<sup>45</sup> Por.: K. Cieślikowski, J. Kantyka: *Wykorzystanie wielkich wydarzeń w promocji miasta – na przykładzie Katowic*. w: Marketing miejsc - teraźniejszość czy przyszłość? Zeszyty Naukowe, Uczelnia Vistula, Warszawa 2015, s. 29-42

<sup>46</sup> Wynika to m.in. dużej liczby odwiedzających te wydarzenia (większe obłożenie hoteli, wydatki w mieście na różne usługi i zakupy produktów trwałych), w tym dużej liczby gości specjalnych (sponsorów, prelegentów, wystawców, zaproszonych innych), zainteresowania mediów ponadlokalnych, a nawet zagranicznych.

<sup>47</sup> W Wiedniu coroczny Raport pokazuje duże znacznie przemysłu spotkań dla gospodarki regionu. Por.: *Vienna Meetings Industry Report 2014*. Vienna Convention Bureau. Vienna 2015, s. 20-30

Wydarzenia międzynarodowe, przede wszystkim cykliczne i duże pod względem liczby uczestników, sprzyjają realizacji wielu celów, w tym m.in.:

- poprawią efektywność ekonomiczną obiektów spotkań, w których są realizowane,
- stanowią istotny produkt wspólny dla wielu przedsiębiorstw i instytucji,
- mogą stanowić źródło dodatkowego dochodu przedsiębiorstwom zaangażowanym „przy okazji” w realizację imprezy,
- wpłyną pozytywnie na poprawę efektywności funkcjonowania, hoteli, restauracji, firm przewozowych, i innych podmiotów obsługujących głównie ruch turystyczny,
- w długim horyzoncie czasowym wydarzenia takie powinny wpływać pozytywnie na wizerunek miasta,
- mogą mobilizować administracje różnych obiektów (kultury, sportu i spotkań biznesowych) do ciągłego podnoszenia jakości świadczonych usług,
- sprzyjają organizacji imprez innych - powiązanych z wielkimi - przed i po wielkim wydarzeniu,
- pozwalają generować pomysły i uzasadniać celowe wydatki publiczne na doskonalenie infrastruktury komunikacyjnej i innej ogólnej, z której korzystają także mieszkańcy (a zatem mogą przyczynić się do podnoszenia standardu życia mieszkańców),
- pozwalają nawiązać kontakty biznesowe, naukowe (i inne związane z zainteresowaniami uczestników) i stają się naturalną płaszczyzną (pretekstem spotkań) do wymiany informacji, a nawet innowacji (produktowej, procesowej marketingowej) w różnych obszarach aktywności gospodarczej, społecznej i kulturowej<sup>48</sup>,
- sprzyjają przyciąganiu inwestorów,
- generują dodatkowe miejsc pracy (zarówno dla zainteresowanych pracą stałą, jak i pracą tymczasową).

Dokonując analizy celów, które mogą być osiągnięte poprzez realizację różnych wydarzeń międzynarodowych, należy zauważyć szczególną rolę wydarzeń biznesowych (gospodarczych), które mogą być także płaszczyzną rozmów o wydarzeniach sportowych, czy też kulturalnych. Każde wielkie wydarzenie (sportowe, kulturalne i biznesowe) wymaga współpracy wielu podmiotów gospodarczych. Przyciąganie takich imprez rozpoczyna się na wiele miesięcy, a nawet czasami lat przed tym wydarzeniem i wymusza współpracę wszystkich beneficjentów imprezy. Dlatego szczególną rolę należy przypisać wydarzeniom biznesowym, jako fundamentalnym imprezom dla organizacji także innych: sportowych czy też kulturalnych.

---

<sup>48</sup> por.: J. Berbeka, K. Borodako, M. Rudnicki: Postrzeganie innowacji w branży spotkań przez przedstawicieli krakowskich PCO. w: Marketing miejsc - teraźniejszość czy przyszłość? Zeszyty Naukowe, Uczelnia Vistula, Warszawa 2015, s. 5-16; por.: P. Zmyślony, G. Leszczyński, M. Zieliński: *Identyfikacja sieci biznesowej powstałej w celu organizacji konferencji międzynarodowej*. w: Zarządzanie i organizacja przemysłu spotkań w Polsce. red. K. Celuch. SGTiR, Warszawa 2014, s. 119-126



## 2.2 Kierunki rozwoju przemysłu wydarzeń w Katowicach w odniesieniu do kluczowych obszarów zarządzania

Diagnoza aktualnego rynku wydarzeń w Katowicach pozwoliła zidentyfikować trzy kluczowe obszary zarządzania. Sukces miasta Katowice na rynku wydarzeń uwarunkowany jest przede wszystkim:

- Posiadaniem, utrzymaniem oraz udostępnianiem stosunkowo dużej liczby, wielkich, nowoczesnych, zadaszonych **obiektów spotkań**
- zarządzaniem **strukturami organizacyjnymi** dla koordynacji działań w zakresie utrzymania i udostępniania tych obiektów oraz przyciągania lub kreowania nowych wydarzeń w mieście
- podejmowaniem i finansowaniem aktywnych działań promocyjnych skierowanych na wybrane (najbardziej atrakcyjne z punktu widzenia administracji miasta Katowice) **rynki docelowe** - dla przyciągania, utrzymania lub kreowania nowych wydarzeń

Dalszy rozwój miasta (utrzymanie i zagospodarowanie posiadanego potencjału dla realizacji wielkich wydarzeń) wymaga:

- wysokich kompetencji menadżerów wydarzeń, obiektów spotkań, i osób decyzyjnych w instytucjach i organizacjach tworzących struktury przemysłu wydarzeń w mieście
- szerokich kontaktów branżowych (tych już istniejących, jak i nowych – wypracowanych w wyniku przynależności do wielu różnych organizacji krajowych jak i międzynarodowych),
- odważnych decyzji promocyjnych na arenie krajowej i międzynarodowej, w tym czasami z pominięciem instytucji branżowych centralnych (z siedzibą w Warszawie),
- stałego mierzenia efektów realizowanych spotkań dla potrzeb transparentnego i mocno uzasadnionego podejmowania decyzji zarządczych.

### 2.2.1 zalecenia ... dotyczące obiektów spotkań

Miasto Katowice posiada wiele obiektów wielofunkcyjnych wykorzystywanych dla organizacji wydarzeń sportowych, kulturalnych i biznesowych, jak i obiektów dedykowanych wybranemu rodzajowi wydarzeń.

Kluczowym podmiotem na rynku spotkań w Katowicach jest oddany do użytku w 2015 roku obiekt **Międzynarodowego Centrum Kongresowego (MCK)**. Wartość tej inwestycji, pojemność obiektu, wielofunkcyjność, jak również najbliższe otoczenie (Spodek, NOSPR, Muzeum Śląskie, centrum miasta) sprawiają, że należy uznać MCK za lidera na rynku wydarzeń w Katowicach, w Polsce jak i w Europie Centralnej. Obiekt ten powinien wspomagać przyciąganie wydarzeń do miasta, zarówno wielkich, jak i mniejszych. Ma bowiem wszelkie atuty atrakcyjnego miejsca spotkań (zróżnicowana powierzchnia pod wynajem, multimedialne i wielofunkcyjne hale, dobrze wyposażone w nowoczesne rozwiązania techniczne, dobra dostępność komunikacyjna, w pobliżu wiele atrakcji czasu wolnego i szeroka baza noclegowa, w mieście także środowisko naukowe i biznesu, wiele organizacji sportowych, ciekawe inicjatywy kulturalne). Dobrze zarządzany taki obiekt powinien „napędzać” rynek spotkań w Katowicach.

MCK należy również pokazywać organizatorom i uczestnikom różnych mniejszych wydarzeń w mieście, zarówno biznesowych, kulturalnych, jak i sportowych, np. poprzez zachęcanie do lokowania części (fragmentu) imprezy do pomieszczeń (także mniejszych sal) MCK.

Może to wpłynąć pozytywnie na przyciąganie nowych wydarzeń do miasta, gdyż uczestnicy różnych wydarzeń to także potencjalni przyszli organizatorzy kolejnych imprez.

**Tabela 7. Kierunki rozwoju obiektów spotkań**

kierunki rozwoju	Kluczowe zadania	narzędzia/sposoby realizacji
Utrzymanie i rozwój istniejących zasobów komunalnych obiektów spotkań	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zagospodarowanie MCK i innych istniejących zasobów komunalnych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• „Rozciąganie” (przeciąganie części - fragmentów) imprez cyklicznych w mieście do MCK,</li> <li>• Przygotowywanie i dostarczanie kompleksowej i aktualnej informacji przydatnej dla organizacji i obsługi wszelkich wydarzeń w mieście Katowice</li> </ul>
Utrzymanie i rozwój istniejących zasobów państwowych obiektów spotkań	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Współpraca administracji miasta Katowice (Wydział Promocji, Wydział Kultury, Wydział Sportu i Turystyki), przede wszystkim z NOSPR, Muzeum Śląskim</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wspólne przedsięwzięcia informacyjne,</li> <li>• Sprawna wymiana informacji w mieście o planowanych wydarzeniach, kampaniach promocyjnych, itp.</li> <li>• Wspólne układanie kalendarzy imprez (np. konsultacje - cykliczne)</li> </ul>
Utrzymanie i rozwój istniejących zasobów prywatnych obiektów spotkań	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Współpraca Convention Bureau Katowice z prywatnymi podmiotami funkcjonującymi na rynku spotkań (hotele, restauracje, biurowce)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizowanie przez Convention Bureau Katowice study tour dla lokalnych przedsiębiorców</li> <li>• Cykliczne badania rynku spotkań i szeroka ich popularyzacja wśród przedsiębiorców</li> <li>• Aktywne wspieranie przedsiębiorców w różnych projektach na rzecz przyciągania spotkań do miasta</li> </ul>
Utrzymanie i rozwój dotychczasowych pozycji rynkowych obiektów spotkań w Katowicach (dot. obiektów komunalnych, państwowych jak i prywatnych)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utrzymanie w pełni sprawności wyposażenia obiektów spotkań</li> <li>• Dostosowywanie wyposażenia do zmieniających się wymagań zleceniodawców</li> <li>• Zapewnienie dostępności komunikacyjnej</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Monitoring uczestników wydarzeń (potrzeb, oczekiwań)</li> <li>• Monitoring zleceniodawców wydarzeń (potrzeb, oczekiwań)</li> <li>• Współpraca między istniejącymi na rynku obiektami spotkań i wzajemne przekazywanie kluczowych dla rozwoju przemysłu wydarzeń w mieście informacji</li> </ul>

Źródło: K. Cieślowski - opracowanie własne

### 2.2.2 zalecenia ... dotyczące struktur organizacyjnych

Współcześnie zauważalny jest trend do centralizacji wielu decyzji zarządczych związanych z zarządzaniem majątkiem komunalnym jak i zarządzaniem różnymi projektami oddziałującymi na funkcjonowanie miasta. W Katowicach takie tendencje zauważalne są zarówno na rynku wydarzeń biznesowych, jak i kulturalnych czy też sportowych. Jest to wygodny sposób kontroli i egzekwowania zadań z punktu widzenia zarządu miasta, jednak należy pamiętać o uwzględnieniu złożoności uruchamianych projektów przez wyodrębnione komórki organizacyjne sterujące określonymi wydarzeniami.

Wydaje się, że kluczowy może tu być dla skuteczności działań tych komórek podział kompetencji i duża swoboda w podejmowanych decyzjach oraz transparentność działań dla partnerów zewnętrznych. Tak by potencjalni zleceniodawcy (organizatorzy wydarzeń) wiedzieli z kim mogą rozmawiać w poszczególnych sprawach związanych z realizacją ich wydarzeń.

**Tabela 8. Kierunki rozwoju struktur organizacyjnych**

kierunki rozwoju	Kluczowe zadania	narzędzia/sposoby realizacji
Koordinacja działań w zakresie organizacji i obsługi wydarzeń biznesowych	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Operatywność i transparentność działań Convention Bureau Katowice (CBK) i Wydziału Promocji</li> <li>• Rozwój kompetencji CBK</li> <li>• Coraz większa samodzielność decyzyjna Convention Bureau Katowice</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Przynależność Convention bureau Katowice do międzynarodowych organizacji branżowych</li> <li>• Duża aktywność w zakresie kontaktów z różnymi instytucjami rynku spotkań w Polsce i zagranicą</li> <li>• prowadzenia badań lokalnego rynku spotkań i ich popularyzacja</li> <li>• Organizacja i zarządzanie platformą multimedialną dla sprawnego przekazywania aktualnych informacji branżowych</li> <li>• Publiczne raportowanie okresów współpracy z partnerami na rynku spotkań</li> </ul>
Koordinacja działań w zakresie organizacji i obsługi wydarzeń sportowych	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Współpraca administracji miasta Katowice (Wydział Sportu i Turystyki), przede wszystkim z organizacjami sportowymi w mieście</li> <li>• Realizacja dotacji celowych na wydarzenia sportowe</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wspólne przedsięwzięcia informacyjne z organizacjami sportowymi</li> <li>• Identyfikowanie liderów – tzw. ambasadorów wydarzeń sportowych związanych z miastem Katowice</li> <li>• Weryfikacja zrealizowanych imprez sportowych pod kątem możliwości ich rozwoju</li> <li>• Transparentność planowanych działań</li> <li>• Wprowadzenie kalendarza imprez sportowych w Katowicach na platformę multimedialną</li> </ul>
Koordinacja działań w zakresie organizacji i obsługi wydarzeń kulturalnych	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Współpraca Instytucji Kultury Katowice – Miasto Ogrodów z podmiotami funkcjonującymi na imprez kulturalnych</li> <li>• Identyfikacja istniejących wydarzeń w mieście i ich rozwój</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cykliczne spotkania przedstawicieli Instytucji Kultury Katowice – Miasto Ogrodów z administratorami największych obiektów kulturalnych w mieście</li> <li>• Transparentny kalendarz imprez na platformie multimedialnej</li> <li>• Organizowanie study tour po Katowicach dla organizatorów imprez kulturalnych</li> <li>• Aktywne wspieranie także prywatnych i społecznych projektów kulturalnych</li> </ul>

Źródło: K. Cieślowski - opracowanie własne

### 2.2.3 zalecenia ... dotyczące rynków docelowych

Najbardziej atrakcyjne rynki docelowe zostały określone przez rodzaj organizowanych wielkich wydarzeń (międzynarodowe, cykliczne, jak i biznesowe, sportowe i kulturalne). Na tych rynkach funkcjonują już podmioty mocno zróżnicowane zarówno pod względem kapitałowym (przedsiębiorstwa, jak i organizacje non-profit, czy też administracje publiczne), jak i ze względu

na cele jakie realizują poprzez organizowanie wydarzenia. Przede wszystkim jednak są to rynki instytucjonalne, gdzie klienci oczekują transparentności, rzetelnej, aktualnej i kompletnej informacji, przedstawiania faktów i realnej możliwości ich weryfikacji, szybkiej reakcji na zapytania i dostępności kompletnych i decyzyjnych osób.

**Tabela 9. Kierunki rozwoju na rynkach docelowych**

kierunki rozwoju	Kluczowe zadania	narzędzia/sposoby realizacji
Utrzymanie dotychczasowych i przyciąganie nowych wielkich wydarzeń biznesowych	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aktywizacja i wspieranie operatora MCK w przyciąganiu wydarzeń biznesowych</li> <li>• Cykliczny udział Convention Bureau Katowice (CBK) i Wydziału Promocji w wybranych imprezach biznesowych w kraju i zagranicą</li> <li>• Koopetycja CBK z innymi convention bureau w Polsce</li> <li>• Uruchomienie własnego programu ambasadorów kongresów województwa śląskiego</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Przygotowywanie narzędzi przydzielania i podziału budżetu na promocję miasta w ramach planowanych wydarzeń biznesowych w Katowicach</li> <li>• Organizowanie wspólnych z menadżerami innych obiektów spotkań wyjazdów do miast „bliźniaczych” (głównie rynek niemiecki, austriacki i szwajcarski)</li> <li>• Identyfikacja liderów branżowych działających na terenie Katowic i wykorzystanie ich w przyciąganiu wydarzeń biznesowych z ich sektora gospodarki</li> <li>• Identyfikacja imprez międzynarodowych cyklicznych ale rotujących i uruchomienie kontaktów i działań na rzecz przyciągnięcia ich do Katowic</li> <li>• Wspieranie wydarzeń gospodarczych i naukowych związanych z gospodarką regionu (medycyna, w tym telemedycyna, przemysł ciężki, nowe technologie)</li> </ul>
Utrzymanie dotychczasowych i przyciąganie nowych wielkich wydarzeń sportowych	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Współpraca administracji miasta Katowice (Wydział Sportu i Turystyki), przede wszystkim ze znaczącymi organizacjami sportowymi w Polsce i na świecie</li> <li>• Współpraca z organizatorami już zrealizowanych wydarzeń sportowych w Katowicach i konsultacje w sprawie poszukiwania nowych pomysłów</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wspólne przedsięwzięcia informacyjne z ogólnopolskimi i międzynarodowymi organizacjami sportowymi</li> <li>• Wspieranie ambasadorów wydarzeń sportowych związanych z miastem Katowice w przyciąganiu nowych wydarzeń</li> <li>• Weryfikacja zrealizowanych międzynarodowych imprez sportowych w Polsce i na świecie pod kątem możliwości ich przejęcia</li> <li>• Współpraca z mediami w sprawach planowania i promocji wydarzeń sportowych</li> </ul>
Utrzymanie dotychczasowych i przyciąganie nowych wielkich wydarzeń kulturalnych	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rozwój współpracy administracji miasta z dotychczasowymi organizatorami wielkich wydarzeń kulturalnych</li> <li>• Identyfikacja istniejących wydarzeń w województwie śląskim z możliwością ich uruchomienia w Katowicach</li> <li>• Uczestnictwo przedstawicieli Urzędu Miasta Katowice w imprezach kulturalnych na świecie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inicjowanie aktywności organizacji społecznych dla kreowania nowych wydarzeń kulturalnych</li> <li>• Rozwój współpracy międzynarodowej w zakresie imprez kulturalnych</li> <li>• Inicjowanie wspólnych przedsięwzięć z instytucjami kultury w miastach aglomeracji katowickiej</li> <li>• Wspieranie lokalnych artystów w ich rozwoju i przyciąganiu imprez kulturalnych związanych z promocją dziedzictwa kulturowego regionu (np.: wzornictwa przemysłowego) i wzmacnianie imprez kulturalnych masowych już realizowanych (np. dla branży filmowej)</li> <li>• Rozwój nowoczesnych kanałów sprzedażowych w tym z wykorzystaniem większej współpracy np.: z TicketPro z siedzibą w Katowicach</li> </ul>

Źródło: K. Cieślowski - opracowanie własne

### 3. Analiza ryzyka dla rozwoju przemysłu wydarzeń w Katowicach

Przemysł wydarzeń w Katowicach może kontynuować rozwój, jeżeli będą dalej występować pozytywne zjawiska w jego otoczeniu. Do głównych czynników sprzyjających dalszemu rozwojowi przemysłu wydarzeń w Katowicach można zaliczyć:

- wzrost gospodarczy w Polsce,
- utrzymująca się wysoka atrakcyjność inwestycyjna aglomeracji katowickiej,
- stabilizacja polityczna w Polsce i w krajach sąsiednich,
- rosnące zainteresowanie organizacji międzynarodowych Polską,
- nowość Katowic jako destynacji dla organizatorów wielkich wydarzeń kulturalnych, sportowych i biznesowych,
- rozwijająca się dostępność komunikacyjna (rozwój lotniska „Katowice” w Pyrzowicach, dalsza budowa autostrady A1, wzrost liczby połączeń Inter City ze stolicami innych krajów – głównie z Wiedniem, Pragą, Budapesztem i Bratysławą).

Ten obraz dynamicznego rozwoju przemysłu wydarzeń w Katowicach może zaburzyć szereg czynników negatywnych w otoczeniu, których pojawienie się należy uwzględnić i przygotować na obronę przed nimi (tab. 10.).

**Tabela 10. Czynniki ryzyka rozwoju przemysłu wydarzeń w Katowicach i sposoby obrony**

<i>L.p.</i>	<i>Czynnik ryzyka</i>	<i>Szacunkowy koszt zaistnienia</i>	<i>Szacunkowe prawdopodobieństwo zaistnienia</i>	<i>Taktyka firmy wobec czynnika ryzyka</i>
1	2	3	4	5
1.	rozwój konkurencji w zakresie przyciągania wielkich wydarzeń (Kraków, Wrocław, Poznań, Łódź)	Spadek liczby wydarzeń rocznie o 10 %	20%	Wzmacnianie więzi z dotychczasowymi grupami klientów poprzez utrzymanie bezpośrednich kontaktów i bliskich relacji  Przygotowywanie nowych atrakcji i możliwości realizacji wydarzeń
2.	rozwój konkurencji w zakresie przyciągania wydarzeń między miastami aglomeracji katowickiej (Gliwice, Zabrze, Sosnowiec)	Spadek liczby wydarzeń rocznie o 10 %	20%	Nawiązanie współpracy z obiektami spotkań w miastach aglomeracji katowickiej i realizacji wspólnych przedsięwzięć dla przyciągania wielkich wydarzeń
3.	Pogorszenie się sytuacji gospodarczej w kraju (recesja)	Spadek liczby wydarzeń o 30%, lub/i spadek wynajmowanej powierzchni na wydarzenia	5%	Rozwój kontaktów na arenie międzynarodowej dla przyciągania organizatorów z zagranicy
4.	Spadek zainteresowania zagranicznych zleceniodawców Polską, spowodowany rozwojem konfliktu na wschodzie Europy	Spadek liczby imprez o 20%	20%	Uaktywnienie współpracy z instytucjami naukowymi i branżowymi w kraju i zagranicą dla większej dywersyfikacji zleceniodawców zarówno z kraju jak i zagranicy
5.	Pojawienie się nowych obiektów spotkań	Spadek liczby wydarzeń o 10%	15%	Utrzymanie silnej więzi z dotychczasowymi zleceniodawcami
6.	Rosnąca walka cenowa między istniejącymi obiektami (Kraków, Sosnowiec, Gliwice, Chorzów, Zabrze)	Spadek liczby wydarzeń o 10%	15%	Rozwój oferty usług dodatkowych i podkreślanie wysokiej jakości oferowanych usług w nowych, wielofunkcyjnych, wielkich obiektach spotkań

Źródło: K. Cieślowski - opracowanie własne na podstawie wywiadów z menadżerami kluczowych obiektów wydarzeń w Katowicach, a także zleceniodawców.

## 4. Analiza interesariuszy i potencjału aliasów strategicznych miasta Katowice dla rozwoju przemysłu wydarzeń

**Tabela 11. Analiza interesariuszy w rozwoju przemysłu spotkań w Katowicach**

<i>Kategoria interesariuszy</i>	<i>Opis</i>	<i>Implikacje dla realizowanych kierunków rozwojowych</i>
Beneficjenci	Zarząd miasta Katowice Zarządcy i administracje obiektów spotkań (w tym operator MCK, dyrektorzy hoteli, dyrektorzy jednostek komunalnych odpowiedzialnych za rozwój kultury i sportu) Pracownicy przedsiębiorstw zaangażowanych w organizację i obsługę wydarzeń Zleceniodawcy Dostawcy usług wspomagających realizację wydarzeń	Zaangażowanie tych grup w realizację założeń rozwoju przyczyni się do powstawania dodatkowych impulsów rozwoju i przyspieszy realizację stawianych celów
Promotorzy	Partnerzy w kanale dystrybucji oferty miasta Katowice (media, instytucje naukowe w Katowicach, organizacje branżowe, sportowe, kulturalne, społeczne) Dostawcy usług transportowych (linie lotnicze, PKP IC, linii kolejowe zagraniczne) Hotele i restauracje w Katowicach Firmy ubezpieczeniowe Agencje badawcze Uczelnie wyższe	Zaangażowanie tej grupy ułatwi realizację celów i pozwoli rozwinąć dobre wzajemne relacje między partnerami w biznesie, potrzebne dla sprawnej organizacji i obsługi wydarzeń
Poszkodowani	Konkurenci na rynku wielkich wydarzeń (obiekty spotkań w innych miastach Polski i w regionie) Hotele w Polsce – poza Katowicami	Tendencje zachodzące na rynku wydarzeń wymuszają agresywne działania konkurencji i oferowanie klientom zleceniodawcom coraz to nowych produktów w zakresie organizacji wydarzeń z wykorzystaniem współpracy różnych podmiotów z rynku spotkań w regionie. Podmioty i miasta nie zaangażowane w realizację wielkich wydarzeń będą poszkodowani.
Hamulcowi	Instytucje administracji państwowej Przedsiębiorstwa z siedzibą centrali poza województwem śląskim Organizacje krajowe z siedzibą centrali poza województwem śląskim W początkowym etapie rozwoju przemysłu wydarzeń regionie także inne miasta aglomeracji katowickiej	W kierunkach rozwoju miasta Katowice na rynku wydarzeń zostały uwzględnione najnowsze tendencje rozwoju tego rynku na świecie i w Polsce. Uwzględnieni ich w koncepcji rozwoju pozwoli uniknąć negatywnego oddziaływania hamulcowych na dalszy rozwój przemysłu wydarzeń w mieście.

Źródło: K. Cieślowski - opracowanie własne

Alians oznacza przymierze, trwałe sojusze pomiędzy partnerami, a nawet współdziałanie konkurentów w celu osiągnięcia obustronnych korzyści. Alianse strategiczne w odróżnieniu od fuzji i przejęć, cechuje zachowanie autonomii wśród uczestników i łatwość wycofania się z układu.

**Tabela 12. Analiza aliasu strategicznego miasta Katowice z partnerem w Polsce**

<b>Potencjalny partner w Polsce: <a href="#">Kraków</a></b>	
<b>Przesłanki</b>	<b>Ocena potencjału partnera (przesłanki i sposób wykorzystania)</b>
<b>Techniczno - ekonomiczne</b>	<p>Kraków posiada:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- dobre połączenie drogowe z Katowicami,</li> <li>- międzynarodowy port lotniczy,</li> <li>- kilka nowych wielofunkcyjnych obiektów dla realizacji wydarzeń,</li> <li>- obłożenie hoteli na swoim terenie utrudniające realizację wielkich wydarzeń</li> </ul> <p>Współpraca nie wygeneruje dodatkowych kosztów.</p>
<b>Marketingowe</b>	<p>Kraków jest od wielu lat atrakcyjną i dobrze rozpoznawalną destynacją turystyczną.</p> <p>Współpraca dwóch miast (Katowice-Kraków) w zakresie organizacji obsługi wielkich wydarzeń, głównie międzynarodowych, może przysporzyć szereg korzyści ekonomicznych obydwu miastom.</p> <p>Wspólne kampanie promocyjne na dalekich rynkach docelowych adresowane do największych organizacji międzynarodowych.</p>
<b>Organizacyjne</b>	<p>Współpraca z Krakowem i oferowanie klientom możliwości realizacji usług w dwóch miastach, wspólna obsługa dużych znaczących klientów poprawić może rozpoznawalność Katowic i usprawni obsługę zagranicznego klienta.</p> <p>Zacieśnienie współpracy może dotyczyć także przekazywania informacji marketingowych i wpłynie na usprawnienie procesu podejmowania decyzji organizacyjnych.</p>
<b>Zdolność sieciowa Partnera</b>	<p>Lokalizacja Krakowa w odległości 70 km od Katowic pozwala na stały kontakt między jednostkami odpowiedzialnymi za rozwój przemysłu wydarzeń na swoim terenie.</p> <p>W perspektywie dalszego rozwoju przemysłu spotkań w Katowicach można rozważać wspólne finansowanie kampanii promocyjnych miast i intensyfikację zabiegów dla organizacji i obsługi wydarzeń międzynarodowych.</p>
<p><b>Działania integrujące:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Spotkania bezpośrednie przedstawicieli instytucji kultury, sportu, biznesu</li> <li>• Wymiana umów i porozumień</li> <li>• Przekazywanie uwag i spostrzeżeń na temat zgłaszanych potrzeb ewentualnych zleciodawców</li> </ul> <p><b>Więzi personalne:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wyznaczone osoby oddelegowanie do kontaktów między miastami</li> <li>• Powołanie wspólnego zespołu roboczego dla przyciągania wielkich wydarzeń do Katowic i Krakowa</li> </ul>	

Źródło: K. Cieślowski – opracowanie własne



**Tabela 13. Analiza aliasu strategicznego miasta Katowice z partnerem zagranicą**

<b>Potencjalny partner zagranicą: Wiedeń</b>	
<b>Przesłanki</b>	<b>Ocena potencjału partnera (przesłanki i sposób wykorzystania)</b>
<b>Techniczno - ekonomiczne</b>	Znacząca na rynku spotkań destynacja turystyczna na świecie, Oddalona od Katowic o 400 km, posiadająca stałe połączenie kolejowe i szybkie drogowe z Katowicami  W Wiedniu realizowane są m.in. duże kongresy medyczne, gospodarcze, polityczne, jak i cykliczne wielkie imprezy kulturalne
<b>Marketingowe</b>	Rozwój współpracy z Wiedniem pozwoli na dotarcie do nowych grup klientów, którzy na początek okazjonalnie, a później może na stałe skorzystają z oferty Katowic dla realizacji swoich wydarzeń. Partner biznesowy Wiedeń na rynku wydarzeń podniesie wartość spotkań i poprawi wizerunek miasta Katowice
<b>Organizacyjne</b>	Wiedeń posiada od wielu lat dobrze zorganizowaną i sprawdzoną strukturę organizacyjną dla przyjmowania i realizacji wielkich wydarzeń. Katowice (instytucje i organizacje) mogą się wiele nauczyć i doskonalić profesjonalność swoich usług na bardzo wymagającym instytucjonalnym rynku wydarzeń .
<b>Zdolność sieciowa Partnera</b>	Wiedeń jest jednym z liderów na rynku spotkań na świecie, i jednym z miast o największej tradycji w organizacji i obsłudze międzynarodowych wydarzeń  Katowice mogą być atrakcyjnym partnerem dla Wiednia dla ulożenia w Katowicach mniejszych wydarzeń, których Wiedeń nie jest w stanie przyjąć w czasie realizacji innych wielkich międzynarodowych wydarzeń u siebie.  Ponadto, dynamika rynku wydarzeń jest duża, zleceniodawcy poszukują nowości, i podejmowane inicjatyw na świecie ulokowania wielkich imprez w kilku miastach coraz częściej się sprawdzają, dlatego warto rozważyć współpracę z Wiedniem.
<p><b>Działania integrujące:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Spotkania bezpośrednie przedstawicieli instytucji kultury, sportu, biznesu</li> <li>• Wymiana umów i porozumień</li> <li>• Przekazywanie uwag i spostrzeżeń na temat zgłaszanych potrzeb ewentualnych zleceniodawców</li> </ul> <p><b>Więzi personalne:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wyznaczone osoby oddelegowanie do kontaktów między miastami</li> <li>• Powołanie wspólnego zespołu roboczego dla przyciągania wielkich wydarzeń do Katowic i Wiednia</li> <li>• docelowo wspólne spotkania z przedstawicielami np. sieci hotelowych, przewoźników czy też organizatorów przewozów lotniczych</li> </ul>	

Źródło: K. Cieślowski – opracowanie własne

## Materiały źródłowe

### Raporty i opracowania

1. A Modern History of International Association Meetings. 1963-2012. ICCA, Amsterdam 2013; International Meeting Statistics, UIA, Bruksela 2012
2. Berbeka J., Borodako K., Rudnicki M.: Postrzeganie innowacji w branży spotkań przez przedstawicieli krakowskich PCO. w: Marketing miejsc - teraźniejszość czy przyszłość? Zeszyty Naukowe, Uczelnia Vistula, Warszawa 2015,
3. Celuch K.: Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce 2014. PCB, POT, Warszawa 2014
4. Cieślowski K. w: Stowarzyszenia profesjonalne w tworzeniu przemysłu spotkań w Polsce. Red. S. Wróblewski, Materiały pokonferencyjne. Meetings Week Poland, SKKP, Warszawa 2014
5. Cieślowski K., Kantyka J.: Współczesne obiekty sportowe jako podmioty na rynku turystyki biznesowej w Polsce. W: Podstawy funkcjonowania rynku turystycznego, Ekonomiczne Problemy Turystyki nr 1(25), Szczecin 2014,
6. Cieślowski K., Kantyka J.: Wykorzystanie wielkich wydarzeń w promocji miasta – na przykładzie Katowic. w: Marketing miejsc - teraźniejszość czy przyszłość? Zeszyty Naukowe, Uczelnia Vistula, Warszawa 2015
7. Cieślowski K., Kantyka J.: Wykorzystanie wielkich wydarzeń w promocji miasta – na przykładzie Katowic. w: Marketing miejsc - teraźniejszość czy przyszłość? Zeszyty Naukowe, Uczelnia Vistula, Warszawa 2015
8. Cieślowski K.: Koncentracja geograficzna obiektów konferencyjnych - szanse i zagrożenia dla województwa śląskiego. Prezentacja na Konferencji Silesia Meetings Challenge, Katowice, 17 wrzesień 2015
9. Cieślowski K.: Rynek spotkań konferencyjnych i wydarzeń w Katowicach – Raport 2011. Katowice Convention Bureau, Katowice 2011
10. Cieślowski K.: Rynek spotkań konferencyjnych i wydarzeń w Katowicach – Raport 2012. Katowice Convention Bureau, Katowice 2012
11. Cieślowski K.: Rynek spotkań konferencyjnych. Tom I. Podstawy teoretyczne. Funkcjonowanie i rozwój na świecie. AWF Katowice, 2014
12. Cieślowski K.: Rynek turystyki biznesowej w Katowicach w 2012 roku. Badanie uczestników spotkań konferencyjnych. Katowice Convention Bureau, Katowice 2013
13. Cieślowski K.: Rynek turystyki biznesowej w Katowicach w 2013 roku. Badanie uczestników spotkań konferencyjnych. Katowice Convention Bureau, Katowice 2014
14. Cieślowski K.: Rynek turystyki biznesowej w Katowicach w 2014 roku. Badanie rynkowe uczestników spotkań konferencyjnych. Katowice Convention Bureau, Katowice 2015
15. Cieślowski K.: Rynek turystyki konferencyjnej. Tom II. Funkcjonowanie i rozwój w Polsce. AWF Katowice, Katowice 2014
16. Crouch G.J., Ritchie J.R.B.: Tourism, competitiveness, and societal prosperity. Journal of Business Research, 44, 1999 r.
17. Getz D: Special events: Defining the product. Tourism Management, 10(2), 1989
18. Goldblatt J.: Special Events: Creating and Sustaining a New World for Celebration. John Willey & Sons Inc., New Jersey 2014

19. Gugg A., Hank-Haase G.: Die wirtschaftliche Bedeutung des Tagungs- und Kongressreiseverkehrs in Deutschland, Frankfurt, Februar 1995
20. Hank-Haase G.: Der Tagung – und Kongressreiseverkehr als wirtschaftlicher Faktor in Deutschen Grosstaten unter besonderer Berücksichtigung von Wiesbaden. Trier 1992,
21. Informator. Galerie i Muzea Katowic. Urząd Miasta Katowice Wydział Promocji, Katowice 2014
22. Oppermann M.: Convention Cities – Images and Changing Fortunes. The Journal of Tourism Studies Vol. 7, No. 1, '96
23. Oppermann M.: Convention destination images analysis of association meeting planners' perceptions. Tourism Management. 1996, vol. 17. No 3
24. Report. Demographia World Urban Areas: 11th Annual Edition. (Built-Up Urban Areas or World Agglomerations), Belleville 2015
25. Strategia rozwoju sportu Miasta Katowice do 2022 roku. Grupa PRC sp. z o.o., Katowice 2013
26. Vienna Meetings Industry Report 2014. Vienna Convention Bureau. Vienna 2015, s. 20-30
27. Zmyślony P., Leszczyński G., Zieliński M.: Identyfikacja sieci biznesowej powstałej w celu organizacji konferencji międzynarodowej. w: Zarządzanie i organizacja przemysłu spotkań w Polsce. Red. K. Celuch. SGTiR, Warszawa 2014
28. Stowarzyszenia profesjonalne w tworzeniu przemysłu spotkań w Polsce. Red. S. Wróblewski, SKKP, Warszawa 2014

#### Witryny internetowe

1. <http://katowice.naszemiasto.pl>
2. <http://przemiana.katowice.eu>
3. <http://szkolnictwoartystyczne.mk.gov.pl>
4. <http://www.filharmoniaslaska.art.pl>
5. <http://www.kulturalnyslask.pl>
6. <http://www.mosir.katowice.pl>
7. <https://www.katowice.eu>
8. [www.convention.katowice.eu](http://www.convention.katowice.eu)
9. [www.katowice-airport.com](http://www.katowice-airport.com)
10. [www.katowice.eu](http://www.katowice.eu)
11. [www.konferencje.pl](http://www.konferencje.pl)
12. [www.pl.invest.katowice.eu](http://www.pl.invest.katowice.eu)
13. [www.przemiana.katowice.eu](http://www.przemiana.katowice.eu)
14. [www.spodek.eu](http://www.spodek.eu)
15. [www.stat.gov.pl](http://www.stat.gov.pl)

## Spis tabel

Tabela 1. Liczba imprez w Katowicach w 2015 r., na które były sprzedawane bilety w Eventim i TicketPro na tle innych miast wojewódzkich.....	11
Tabela 2. Liczba klubów sportowych w Katowicach na tle Polski i województwa śląskiego .....	13
Tabela 3. Liczba członków klubów sportowych w Katowicach na tle Polski i województwa śląskiego .....	13
Tabela 4. Liczba uczestników imprez masowych w miastach wojewódzkich w 2014 r. ....	14
Tabela 5. Największa oglądalność telewizyjna imprez sportowych w Polsce.....	15
Tabela 6. Wydatki miast w Polsce na promocję w 2014 roku.....	21
Tabela 7. Kierunki rozwoju obiektów spotkań.....	25
Tabela 8. Kierunki rozwoju struktur organizacyjnych .....	26
Tabela 9. Kierunki rozwoju na rynkach docelowych .....	27
Tabela 10. Czynniki ryzyka rozwoju przemysłu wydarzeń w Katowicach i sposoby obrony.....	29
Tabela 11. Analiza interesariuszy w rozwoju przemysłu spotkań w Katowicach.....	30
Tabela 12. Analiza aliasu strategicznego miasta Katowice z partnerem w Polsce.....	31
Tabela 13. Analiza aliasu strategicznego miasta Katowice z partnerem zagranicą .....	32

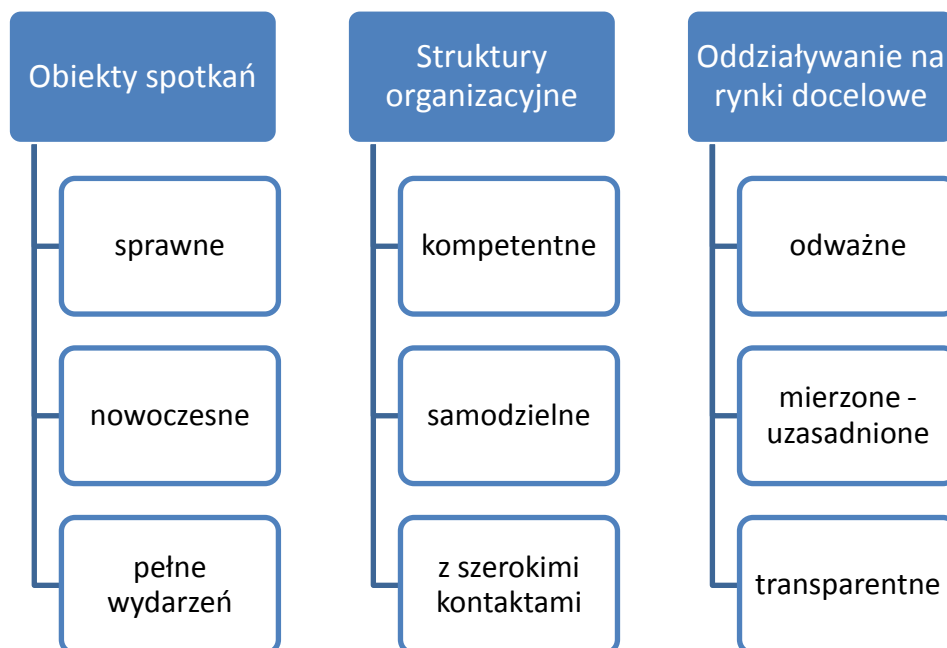
## Spis rysunków

Rys. 1. Aglomeracja katowicka na tle największych aglomeracji miejskich w Unii Europejskiej .....	5
Rys. 2. Katowice – główne szlaki drogowe .....	6
Rys. 3. Najbardziej atrakcyjne wydarzenia dla miasta Katowice.....	22

## Załącznik

Dla rozwoju przemysłu wydarzeń w Katowicach zapewnić należy:

- sprawne, nowoczesne i pełne wydarzeń obiekty spotkań
- kompetentne, samodzielne z szerokimi kontaktami struktury organizacyjne
- odważne, mierzone i transparentne oddziaływanie na rynki docelowe



**Rys. 4. Kluczowe obszary decyzyjne (zarządcze) w rozwoju przemysłu wydarzeni dla miasta Katowice i ich cechy**

Źródło: K. Cieślowski – opracowanie własne