



RYNEK SPOTKAŃ W GDAŃSKU I WOJEWÓDZTWIE POMORSKIM

RAPORT ZA ROK 2013



GDANSK & POMORSKIE VOIVODESHIP MEETINGS MARKET

REPORT FOR 2013



GDAŃSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

LET'S GDANSK!

GDAŃSK CONVENTION BUREAU

fot.: Maciej Szajewski – Urząd Miejski w Gdańsku
s.s. „Sołdek”/Centralne Muzeum Morskie
Widok na Długie Pobrzeże w Gdańsku



AUTORZY/AUTHORS:

dr Anna Kalinowska – Żeleźnik
Uniwersytet Gdański/University of Gdansk
mgr Anna Górską
Gdańsk Convention Bureau
mgr Justyna Sudakowska
Gdańsk Convention Bureau

TŁUMACZENIE/TRANSLATION:

Paweł Kozłowski

SKŁAD I DRUK/DESIGN & PRINT PRODUCTION:

Agencja Reklamowa i Interaktywna Salon Reklamy

OKŁADKA/COVER:

Urząd Miejski w Gdańsku/City Hall of Gdańsk
Port Lotniczy im. Lecha Wałęsy w Gdańsku/
Gdansk Lech Walesa Airport
PGE ARENA Gdańsk
Gdynia Arena
AmberExpo – Wojciech Jakubowski/fotokombinat.pl

GDAŃSK CONVENTION BUREAU

GDAŃSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

ul. Długi Targ 28/29, 80-830 Gdańsk, (+48) 58 300 06 59
www.gdanskconvention.pl
convention@gdanskconvention.pl

SPIS TREŚCI

WSTĘP	4
1. GDAŃSK I WOJEWÓDZTWO POMORSKIE W CZOŁÓWCE POLSKICH DESTYNACJI KONFERENCYJNYCH.....	5
1.1 DOSTĘPNOŚĆ KOMUNIKACYJNA.....	5
1.2 BAZA HOTELOWA.....	7
1.3 OBIEKTY KONFERENCYJNE	8
2. DZIAŁANIA GDAŃSK CONVENTION BUREAU GOT W 2013 ROKU	8
2.1 WSPARCIE DLA ORGANIZATORÓW SPOTKAŃ	9
2.2 OPRACOWANIE MATERIAŁÓW PROMOCYJNYCH.....	10
2.3 APLIKACJA GCBEVENT	10
2.4 UDZIAŁ GDAŃSK CONVENTION BUREAU GOT W MIĘDZYNARODOWYCH TARGACH TURYSTYKI BIZNESOWEJ	11
2.5 UDZIAŁ GDAŃSK CONVENTION BUREAU GOT W MIĘDZYNARODOWYCH SIECIACH WSPÓŁPRACY ..	11
2.6 UDZIAŁ GDAŃSK CONVENTION BUREAU GOT W ROAD SHOWS.....	12
2.7 PROGRAM HONOROWYCH AMBASADORÓW KONGRESÓW POLSKICH	12
2.8 PROGRAM REKOMENDOWANYCH PCO (PROFESJONALNYCH ORGANIZATORÓW KONGRESÓW)	12
2.9 TRÓJMIEJSKA AKADEMIA ORGANIZATORA SPOTKAŃ BIZNESOWYCH	13
2.10 PROMOCJA W PRASIE BRANŻOWEJ I INTERNECIE	13
3. RYNEK SPOTKAŃ W GDAŃSKU I WOJEWÓDZTWIE POMORSKIM W ŚWIELE BADAŃ GDAŃSK CONVENTION BUREAU GOT	13
3.1 METODYKA BADAŃ ORAZ CHARAKTERYSTYKA PRÓBY BADAWCZEJ.....	13
3.2 LICZBA SPOTKAŃ BIZNESOWYCH I ICH RODZAJE	14
3.3 LICZBA UCZESTNIKÓW SPOTKAŃ BIZNESOWYCH.....	19
3.4 CZAS TRWANIA I SEZONOWOŚĆ SPOTKAŃ BIZNESOWYCH.....	23
3.5 TEMATYKA SPOTKAŃ	24
3.6 UCZESTNICY SPOTKAŃ BIZNESOWYCH	26
3.7 POMORSKI RYNEK SPOTKAŃ W LATACH 2009 – 2013	28
ZAKOŃCZENIE	33
Źródła.....	34
Słowniczek pojęć	35
Wykaz tabel	36
Wykaz rysunków	37
Załączniki	38
Kalendarz najważniejszych wydarzeń biznesowych krajowych i międzynarodowych w województwie pomorskim w 2013 roku	43

WSTĘP

Turystyka biznesowa, określana również jako przemysł spotkań, obejmująca organizację wydarzeń targowych, kongresów, konferencji, szkoleń i innych spotkań o charakterze biznesowym ma znaczący wpływ na rozwój miast i regionów. Ma ona zarówno pozytywny wymiar ekonomiczny (wpły-

fot.: Gdańsk Convention Bureau/Alante
Fontanna Neptuna na Długim Targu w Gdańsku



wy z wydatków uczestników, nowe miejsca pracy, inwestycje infrastrukturalne) jak i promocyjny oraz związany z transferem wiedzy i tzw. know – how. Stąd monitorowanie ruchu turystyki biznesowej, w tym liczby zorganizowanych wydarzeń i przyjeżdżających

delegatów, pełni tak ważną rolę w ocenie już realizowanych działań marketingowych miast, regionów, podmiotów publicznych oraz przedsiębiorstw i budowaniu strategii na kolejne lata. Podobne badania lokalnego rynku przemysłu spotkań prowadzą miejskie i regionalne convention bureaux zarówno w Polsce, jak i na całym świecie.

Gdańsk Convention Bureau GOT, zajmujące się promocją Gdańska i województwa pomorskiego jako destynacji konferencyjnej prowadzi badania przemysłu spotkań od 2009 roku. Od pięciu lat Gdańsk Convention Bureau GOT we współpracy z lokalną branżą – hotelami i obiektami konferencyjnymi, zbiera informacje dotyczące spotkań biznesowych zorganizowanych w Gdańsku, Gdyni, Sopocie i pozostałej części województwa pomorskiego. Zebrane dane są każdego roku opracowywane we współpracy z pomorskimi uczelniami wyższymi oraz publikowane w formie raportu statystycznego. Powstały dokument jest następnie dystrybuowany wśród samorządów miast Gdańska, Gdyni i Sopotu oraz całego województwa pomorskiego, hoteli, obiektów konferencyjnych, osób i firm związanych z organizacją spotkań biznesowych oraz środowiska naukowego. Zebrane w nim dane – analiza danych statystycznych, ale też opis działań podejmowanych przez lokalną branżę, w tym GCB/GOT oraz informacje dot. rozwoju infrastruktury konferencyjnej w regionie czy wskazanie najważniejszych trendów dla branży, stanowią ważne źródło wiedzy dla profesjonalistów związanych z przemysłem spotkań.

Dziękujemy wszystkim Partnerom, którzy zaangażowali się w projekt badań statystycznych. Liczymy, że tegoroczny raport, podobnie jak jego poprzednie edycje okaże się pomocny w pracy lokalnej branży i tym samym będziemy mogli liczyć na wsparcie również przy tworzeniu kolejnych, podobnych dokumentów.

Życzymy udanej lektury!

Autorzy

1. GDAŃSK I WOJEWÓDZTWO POMORSKIE W CZŁÓWCE POLSKICH DESTYNACJI KONFERENCYJNYCH

Na przestrzeni ostatnich lat Gdańsk i województwo pomorskie stały się jedną z najbardziej rozpoznawalnych destynacji konferencyjnych w Polsce, ale też jedną z coraz bardziej znaczących marek konferencyjnych na mapie Europy. Intensywne działania lokalnej branży, w tym Gdańsk Convention Bureau GOT, polepszająca się z roku na roku dostępność komunikacyjna oraz rozwijająca się infrastruktura konferencyjna, ale też zrozumienie władz miasta i regionu dla rozwoju turystyki biznesowej tworzą pozytywny klimat dla organizacji spotkań biznesowych. Wpływ ekonomiczny (wydatki turysty biznesowego, tworzenie nowych miejsc pracy, impuls do no-

wych inwestycji), ale też związany z przemysłem spotkań transfer wiedzy i wymiar promocyjny mają ogromny wpływ na rozwój metropolii, jaką jest Gdańsk.

1.1 Dostępność komunikacyjna

Kluczową rolę dla oceny miasta jako destynacji konferencyjnej pełni dostępność komunikacyjna, w tym głównie połączenia lotnicze. W 2013 roku Port Lotniczy im. Lecha Wałęsy w Gdańsku obsłużył 2,8 mln pasażerów, co daje mu trzecie miejsce w Polsce (po lotnisku w Warszawie i Krakowie). Gdańsk może po-

Rysunek 1. Mapa bezpośrednich połączeń lotniczych z Portu Lotniczego im. Lecha Wałęsy w Gdańsku (stan na 25 kwietnia 2014 roku)



Źródło: „Live&Travel”

chwalić się również bogatą siatką bezpośrednich połączeń lotniczych do ponad 50 miast w 16 europejskich krajach. Tygodniowo odbywa się ponad 300 lotów obsługiwanych przez 9 przewoźników zarówno regularnych, jak i tzw. tanich linii lotniczych. Szczególnie ważną rolę pełnią bezpośrednie połączenia z takimi hubami, jak Frankfurt, Monachium czy Ko-

Realizowane obecnie inwestycje (rozbudowa Terminalu T2, uruchomienie Pomorskiej Kolei Metropolitalnej) będą miały znaczący wpływ na poprawę jakości obsługi pasażerów oraz ich bezpieczeństwa. Powiększenie Terminalu T2 ma docelowo zwiększyć przepustowość lotniska o 100% (z 2,5 mln do 5 mln). W nowej części budynku mają również odbywać się przy-



penhaga, które umożliwiają przyjazd do Gdańska turystom biznesowym z całego świata.

Znaczenie dla komfortu pasażerów gdańskiego lotniska ma funkcjonowanie od 2008 roku znajdującego się w centrum Gdańska Terminalu Miasto umożliwiającego pasażerom m.in. odprawę na 24 godziny przed planowanym odlotem. W 2013 roku Terminal Miasto odprawił 2 700 pasażerów oraz wystawił bilety dla 3 100 osób. Ponad 5 500 pasażerów skorzystało również z informacji telefonicznej udzielanej przez pracowników Terminalu Miasto.

loty (obsługiwane do tej pory na T1). Z kolei uruchomienie Pomorskiej Kolei Metropolitalnej, której jeden z przystanków będzie znajdował się przy T2 usprawni komunikację pomiędzy lotniskiem a centrum Gdańska (przewidywany czas podróży z Portu Lotniczego do centrum Gdańska będzie wynosił ok. 20 minut).

Alternatywą dla linii lotniczych są połączenia drogowe, kolejowe oraz promowe. Dzięki rozbudowie infrastruktury drogowej (m.in. autostrady A1) Gdańsk jest zlokalizowany na szlakach korytarzy transportowych łączących Skandynawię i Europę Północno-

Wschodnią z Europą Południową i Morzem Śródziemnym oraz północną część Europy Zachodniej z Europą Wschodnią.

Dzięki zmodernizowanej infrastrukturze wewnętrznej metropolii – drogom S6 i S7 oraz obwodnicy – europejski standard zyskują połączenia w ramach obszaru metropolitalnego. Do najważniejszych inwestycji realizowanych w zakresie poprawy dostępności komunikacyjnej należą: budowa Trasy W-Z (bezpośrednie połączenie drogi krajowej S7 oraz Autostrady A1 ze Śródmieściem Gdańską), połączenie Tras Słowackiego i Sucharskiego z budowaną obwodnicą południową oraz autostradą A1.

Gdańsk posiada również gęstą siatkę krajowych linii kolejowych (bezpośrednie połączenia z największymi miastami: Warszawą, Krakowem, Łodzią, Wrocławiem i Poznaniem) oraz dobre połączenia z Niemcami (przez Szczecin), Czechami i Słowacją (przez Kraków i Katowice), Obwodem Kaliningradzkim (przez Olsztyn i Elbląg), Białorusią (przez Białystok) oraz Ukrainą (przez Terespol). Modernizacja trasy kolejowej na odcinku Gdańsk – Warszawa i uruchomienie pociągów Pendolino na tej trasie oraz remonty dworców kolejowych w Gdańsku i Sopocie dodatkowo wpłyną na polepszenie się dostępności kolejowej Gdańska.

Nadmorskie położenie ma wpływ na rozwój komunikacji promowej. W 2013 roku realizowane były połączenia promowe na trasie Gdańsk – Nynashamn (Szwecja) oraz Gdynia – Karlskrona (Szwecja). Łącz-

nie z tej formy komunikacji skorzystało 509 335 pasażerów. Popularnością cieszą się również cruisery – w 2013 roku przyłynęło ich do Gdańska 30 przywożąc ponad 10 000 turystów. Do portu w Gdyni, który jest przygotowany na przyjęcie największych wycieczkowców w 2013 roku wpłynęło 57 cruiserów, które łącznie przewiozły 589 863 pasażerów.

1.2 Baza hotelowa

Stale polepszająca się baza hotelowa jest dużym atutem Gdańska i całego województwa pomorskiego. W porównaniu do roku 2012 liczba hoteli od dwugwiazdkowych do pięciogwiazdkowych w województwie pomorskim wzrosła ze 152 do 157. W samym 2013 roku na gdańskiej mapie pojawiły się nowe obiekty, takie jak Hampton by Hilton czy Golden Tulip Gdańsk Residence, planowane są również kolejne inwestycje (w Gdańsku oraz Gdyni). Co ma szczególne znaczenie dla organizatorów spotkań biznesowych większość hoteli 4- i 5-gwiazdkowych w Gdańsku znajduje się w ścisłym centrum miasta, co ułatwia logistykę przy kongresie, w którym ma uczestniczyć kilkuset delegatów. Wśród hoteli o najwyższym standardzie znajdują się zarówno obiekty międzynarodowych sieci, takich jak Hilton, Radisson Blu, Sheraton, Qubus czy Accor, jak również tzw. hotelowe butikowe.

W samym Gdańsku, Gdyni oraz Sopocie goście mają do dyspozycji ponad 7 500 miejsc noclegowych w hotelach od dwugwiazdkowych do pięciogwiazdkowych.

Tabela 1. Liczba skategoryzowanych hoteli w województwie pomorskim (stan na 31 grudnia 2013 roku)

	*	**	***	****	*****
Gdańsk	brak	8	15	7	4
Gdynia	brak	4	6	1	brak
Sopot	brak	5	5	2	3
Region	13	42	46	6	brak
ŁĄCZNIE	13	59	75	16	7

Źródło: Urząd Marszałkowski Województwa Pomorskiego

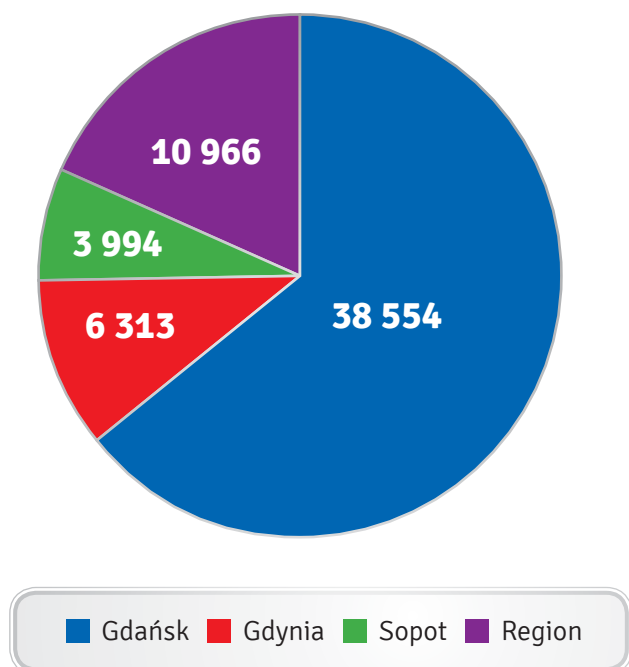
Tabela 2. Liczba miejsc noclegowych w skategoryzowanych obiektach w Gdańsku, Gdyni i Sopocie (stan na 31 grudnia 2013 roku)

kategoryzacja	GDAŃSK		SOPOT		GDYNIA	
	liczba obiektów	liczba miejsc	liczba obiektów	liczba miejsc	liczba obiektów	liczba miejsc
**	8	577	5	342	4	303
***	15	2008	5	320	6	926
****	7	1226	2	416	1	180
*****	4	590	3	700	-	-
Suma	34	4401	15	1778	11	1409

Źródło: Urząd Marszałkowski Województwa Pomorskiego

1.3 Obiekty konferencyjne

W katalogu obiektów konferencyjnych przygotowanym przez Gdańsk Convention Bureau GOT i wydanym na początku 2014 roku znajdują się informacje o prawie 150 obiektach konferencyjnych w województwie pomorskim (Gdańsk 74, Gdynia 12, Sopot 15, Region 46), które łącznie oferują powierzchnie konferencyjne dla ponad 59 000 osób.

Rysunek 2. Liczba miejsc konferencyjnych w układzie teatralnym w województwie pomorskim (stan na grudzień 2013 roku)

Źródło: Gdańsk Convention Bureau GOT

Wśród obiektów konferencyjnych znajdują się głównie hotele/obiekty noclegowe (ponad 63% wszyst-

kich obiektów), centra kongresowe, obiekty sportowe, placówki kulturalne, uczelnie wyższe oraz odgrywające coraz większą rolę tzw. *unique venues*. Największe obiekty konferencyjne są w stanie pomieścić od 1 000 do nawet 8 700 uczestników w układzie teatralnym, wśród nich są m.in. Centrum Wystawienniczo-Kongresowe AmberExpo, Polska Filharmonia Bałtycka im. Fryderyka Chopina w Gdańsku, PGE ARENA Gdańsk czy Ergo Arena. W 2014 w Gdańsku otwarte zostaną kolejne dwa duże obiekty posiadające sale na spotkania biznesowe – Europejskie Centrum Solidarności (sierpień 2014) oraz Gdański Teatr Szekspirowski (wrzesień 2014). W kolejnych latach trójmiejska mapa obiektów konferencyjnych powiększy się o Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku, Gdyńskie Centrum Filmowe oraz Muzeum Emigracji w Gdyni.

2. DZIAŁANIA GDAŃSK CONVENTION BUREAU GOT W 2013 ROKU

Gdańsk Convention Bureau GOT zostało powołane do życia w 2005 roku. Jako wyspecjalizowana jednostka działająca w ramach struktur Gdańskiej Organizacji Turystycznej, GCB/GOT w imieniu Miasta Gdańska, zajmuje się promocją Gdańska i województwa pomorskiego jako atrakcyjnej destynacji konferencyjnej. Na mocy porozumienia podpisanego pomiędzy Gdańską Organizacją Turystyczną a Po-



morską Regionalną Organizacją Turystyczną w 2009 roku promocja turystyki biznesowej w województwie pomorskim została całkowicie przekazana GCB/GOT. Potwierdzeniem tego, było podpisanie w 2010 roku trójstronnej deklaracji pomiędzy Prezydentami Miast Gdańska, Gdyni i Sopotu o wspólnej promocji jako destynacji konferencyjnej, gdzie jako jednostkę reprezentującą sygnatariuszy wyznaczono Gdańsk Convention Bureau GOT.

Poprzez działania podejmowane na arenie krajowej i międzynarodowej Gdańsk Convention Bureau GOT stara się zachęcić przedstawicieli agencji eventowych, stowarzyszeń oraz korporacji do organizacji spotkań biznesowych – targów, konferencji, szkoleń i innych wydarzeń w Gdańsku i pozostałej części województwa pomorskiego. Gdańsk Convention Bureau GOT we współpracy z lokalną branżą, szczególnie Członkami Gdańskiej Organizacji Turystycznej – ho-

telami, obiektami konferencyjnymi, lotniskiem i innymi podjęto w 2013 roku szereg działań, których celem było zwiększenie rozpoznawalności Gdańska i województwa pomorskiego jako destynacji konferencyjnej i wzrost liczby spotkań o charakterze biznesowym organizowanych w Trójmieście (Gdańsk, Gdynia, Sopot) i całym województwie pomorskim.

2.1 Wsparcie dla organizatorów spotkań

W 2013 roku Gdańsk Convention Bureau GOT aktywnie wspierało zarówno lokalnych, jak i krajowych oraz międzynarodowych organizatorów spotkań podczas realizowanych wydarzeń. Współpraca pomiędzy GCB/GOT a organizatorami spotkań dotyczyła m.in. wsparcia przy poszukiwaniach obiektu konferencyjnego oraz hoteli dla delegatów, dostarczenia dla uczestników konferencji materiałów promocyjnych dot. Gdańska i województwa pomorskiego, organizacji tzw. We-

lcome Desk na gdańskim lotnisku oraz punktów informacji turystycznej w miejscu organizacji spotkania czy bezpłatnego udostępniania aplikacji mobilnej GCBeVENT. W 2013 roku łącznie Gdańsk Convention Bureau GOT odpowiedziało na ponad 80 zapytań od organizatorów Gdańsk Convention Bureau GOT spotkań angażując w swoje działania lokalną branżę, w tym Członków Gdańskiej Organizacji Turystycznej.

2.2 Opracowanie materiałów promocyjnych

W 2013 roku Gdańsk Convention Bureau GOT wydało szereg materiałów oraz gadżetów promocyjnych wykorzystywanych podczas wydarzeń targowych, konferencji i innych, w trakcie których GCB/GOT promowało Gdańsk i województwo pomorskie jako destynację konferencyjną (m.in. targi biznesowe EIBTM w Barcelonie, IMEX we Frankfurcie, CONVENE w Wilnie oraz inne mniejsze spotkania). Opublikowany został m.in. zaktualizowany katalog obiektów konferencyjnych, w którym znalazły się informacje o prawie 150 obiektach konferencyjnych z Gdańska, Gdyni, Sopotu i pozostałej części województwa pomorskiego, ponad 70 restauracjach oraz 8 rekomendowanych przez GCB/GOT Profesjonalnych Organizatorów Kongresów (PCO). W publikacji GCB/GOT znalazły się informacje łącznie o ponad 50 Członkach Gdańskiej Organizacji Turystycznej. Katalog został wydany w 500 egzemplarzach oraz na 1000 płytach CD. Jego wersja online została umieszczona na stronie internetowej www.gdanskconvention.pl. Katalog został rozdyskrebowany m.in. wśród ogólnopolskich i lokalnych PCO (Profesjonalnych Organizatorów Kongresów) jako źródło wiedzy o ofercie konferencyjnej Gdańska i województwa pomorskiego.

Również w 2013 roku Gdańsk Convention Bureau GOT zleciło przygotowanie gadżetów promocyjnych (atrasy smartphonów z PCV 500 sztuk, czekoladowe smartphony 200 sztuk, przypinki „I Love Gdansk” 2 000 sztuk i innych), które były dystrybuowane podczas międzynarodowych wydarzeń targowych, krajowych i zagranicznych konferencji organizowanych w Gdańsku i województwie pomorskim oraz innych wydarzeń.

2.3 Aplikacja GCBeVENT

Gdańsk Convention Bureau GOT jako jedyne convention bureau w Polsce oferuje organizatorom spotkań zainteresowanym Gdańskiem i województwem pomorskim bezpłatną aplikację GCBeVENT. W 2013 aplikacja GCBeVENT była wykorzystywana na kilkudziesięciu wydarzeniach biznesowych, w tym m.in. konferencji „Media, biznes, kultura” (10–11 października, Uniwersytet Gdański), Transport Week 2013 (5 – 7 marca, Polska Filharmonia Bałtycka im. Fryderyka Chopina w Gdańsku), Obchodach Światowego Dnia Turystyki (10 października, Teatr Muzyczny im. Danuty Baduszkowej w Gdyni) oraz spotkaniach organizowanych przez Gdańsk Convention Bureau GOT, takich jak Trójmiejska Akademia Organizatora Spotkań Biznesowych (20 czerwca, Centrum Wystawienniczo – Kongresowe AmberExpo w Gdańsku) czy konferencji „Nowe Trendy w Turystyce” (13 marca, Hotel Radisson Blu w Gdańsku). Również w 2013 roku Gdańsk Convention Bureau GOT zleciło przygotowanie spotu promującego aplikację GCBeVENT, który można znaleźć m.in. na stronie internetowej www.gdanskconvention.pl oraz na kanale Youtube Gdańsk Convention Bureau GOT.

2.4 Udział Gdańsk Convention Bureau GOT w międzynarodowych targach turystyki biznesowej

W 2013 roku Gdańsk Convention Bureau GOT reprezentowało Gdańsk i województwo pomorskie podczas trzech międzynarodowych wydarzeń targowych: EIBTM (*The Global Meetings and Events Expo*, 19–21 listopada 2013, Barcelona, Hiszpania), IMEX (*The worldwide exhibition for incentive travel, meetings and events*, 21–23 maja 2013, Frankfurt, Niemcy) oraz CONVENE (12–14 lutego 2013, Wilno, Litwa). Łącznie, podczas wymienionych targów przedstawiciele Gdańsk Convention Bureau GOT odbyli ponad 100 spotkań biznesowych z potencjalnie zainteresowanymi organizacją swoich wydarzeń w Gdańsku i województwie pomorskim. Wśród gości, którzy odwiedzili stoisko Gdańska znaleźli się przedstawiciele stowarzyszeń, korporacji, agencji eventowych oraz mediów. Podczas wydarzeń GCB/GOT promowało mia-



fot.: PGE ARENA Gdańsk

sto i region jako atrakcyjną destynację turystyki biznesowej prezentując m.in. dostępność komunikacyjną, bazę hotelową oraz ofertę konferencyjną. Podczas targów GCB/GOT promowało również Członków Gdańskiej Organizacji Turystycznej – w sumie podczas targów EIBTM, IMEX oraz CONVENE rozdystrybuowano ponad 200 sztuk materiałów promocyjnych Członków GOT (głównie hoteli, obiektów konferencyjnych czy PCO). Dodatkowo informacja o Członkach Gdańskiej Organizacji Turystycznej pojawiła się w multimedialnych aplikacjach wykorzystywanych podczas targów w Barcelonie oraz Frankfurtach. Efektem udziału w targach EIBTM, IMEX oraz CONVENE jest wzmocnienie marki Gdańska i województwa pomorskiego na arenie międzynarodowej jako atrakcyjnej destynacji konferencyjnej oraz liczne kontakty biznesowe.

2.5 Udział Gdańsk Convention Bureau GOT w międzynarodowych sieciach współpracy

Gdańsk Convention Bureau GOT, w imieniu Miasta Gdańska, jest członkiem międzynarodowych stowarzyszeń zrzeszających profesjonalistów z branży prze-

mystu spotkań: ICCA (*International Congress & Convention Association*) oraz MPI (*Meeting Professionals International*). Dzięki aktywnemu zaangażowaniu w działania obu stowarzyszeń – udział w konferencjach czy szkoleniach, Gdańsk i województwo pomorskie są widoczne i rozpoznawalne na arenie krajowej oraz międzynarodowej. Członkostwo w wymienionych organizacjach to również szansa na zdobycie wiedzy od profesjonalistów z branży oraz nawiązanie nowych kontaktów biznesowych, na których zyskuje miasto i region. W 2013 roku przedstawiciele Gdańsk Convention Bureau GOT uczestniczyli m.in. w corocznym kongresie ICCA – jednym z najważniejszych wydarzeń branżowych (Szanghaj, listopad 2013), spotkaniu Oddziału Europy Centralnej ICCA (St. Petersburg, sierpień 2013) oraz szkoleniach MPI Poland Club (w tym jednym organizowanym w Gdańsku, wrzesień 2013). Jednym z największych sukcesów promocyjnych związanych z aktywnością Gdańsk Convention Bureau GOT na arenie międzynarodowej jest nagroda ICCA Best Marketing Award 2013 przyznana dla Gdańska za akcję CSR zrealizowaną podczas targów EIBTM w Barcelonie w 2012 roku.

2.6 Udział Gdańsk Convention Bureau GOT w road shows

W 2013 roku Gdańsk Convention Bureau GOT uczestniczyło w sześciu road shows, których organizatorem było Poland Convention Bureau POT. Podczas spotkań w Barcelonie (Hiszpania), Wiedniu (Austria), Amsterdamie (Holandia), Goteborgu (Szwecja), Kopenhadze (Dania) oraz Paryżu (Francja) GCB/GOT zachęcało lokalne agencje eventowe, stowarzyszenia i korporacje do organizacji spotkań biznesowych w Gdańsku i województwie pomorskim. Łącznie, podczas sześciu road shows z ofertą konferencyjną Gdańska, Gdyni, Sopotu i województwa pomorskiego oraz usługami i produktami Członków Gdańskiej Organizacji Turystycznej miało okazję zapoznać się prawie 300 profesjonalistów z branży przemysłu spotkań.



fot.: Roberto Polce – Urząd Miejski w Gdańsku
Bazylika Mariacka oraz Kaplica Królewska w Gdańsku

Również w 2013 roku Gdańsk Convention Bureau GOT zorganizowało własny road show w Sztokholmie (Szwecja), w którym udział wzięło 9 Partnerów z Gdańska: Hotel Mercure Gdańsk Stare Miasto, Teja Tur (DMC/PCO), Hotel Gdańsk, Hotel Hilton Gdańsk, PGE ARENA Gdańsk, Dwór Oliwski, ATP activity (DMC/PCO), TARIFA (DMC/PCO) oraz Centrum Wystawienniczo-Kongresowe AmberExpo. W spotka-

niu uczestniczyło 30 przedstawicieli lokalnej branży przemysłu spotkań zainteresowanych organizacją swoich wydarzeń biznesowych w Gdańsku i województwie pomorskim.

2.7 Program Honorowych Ambasadorów Kongresów Polskich

Gdańsk Convention Bureau GOT jest aktywnie zaangażowane w Program Honorowych Ambasadorów Kongresów Polskich realizowany od 1999 roku przez Polską Organizację Turystyczną oraz Stowarzyszenie „Konferencje i Kongresy w Polsce”. Celem programu jest współpraca z przedstawicielami świata nauki, kultury oraz biznesu poprzez zachęcenie ich do promocji Polski jako destynacji konferencyjnej. W Pomorskim Klubie Ambadora Kongresów Polskich działającym od 2011 roku zasiadają obecnie 22 osoby reprezentujące m.in. uczelnie wyższe oraz instytucje kultury. W 2013 roku do grona Honorowych Ambasadorów z Pomorza dołączyli: dr hab. Mirosław Boruszcak (Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa w Gdańsku), prod. dr hab. inż. Bożenna Kawalec – Pietrenko (Politechnika Gdańska), Lawrence Okey Ugwu (Nadbałtyckie Centrum Kultury), prof. dr hab. Małgorzata Oziewicz (Uniwersytet Gdański) oraz prof. dr hab. inż. Wojciech Sadowski (Politechnika Gdańska). Gdańsk Convention Bureau GOT aktywnie współpracuje z Ambasadorami Kongresów Polskich z województwa pomorskiego podczas organizowanych przez nich konferencji i innych spotkań oferując wsparcie organizacyjne oraz merytoryczne.

2.8 Program Rekomendowanych PCO (Profesjonalnych Organizatorów Kongresów)

W 2013 roku Gdańsk Convention Bureau GOT kontynuowało współpracę z rekomendowanymi PCO (Profesjonalnymi Organizatorami Kongresów). Do siedmiu firm, które otrzymały rekomendację Gdańsk Convention Bureau GOT w 2013 roku dołączył Mazurkas Congres and Conference Travel Bureau, które oficjalnie odebrało rekomendację podczas targów turystyki biznesowej IMEX we Frankfurcie (Niemcy).

2.9 Trójmiejska Akademia Organizatora Spotkań Biznesowych

W 2013 roku w ramach cyklicznej Akademii Organizatora Spotkań Biznesowych (organizowanej od 2010 roku) Gdańsk Convention Bureau GOT zorganizowało w Centrum Wystawienniczo-Kongresowym AmberExpo szkolenie dla lokalnej branży związanej z turystyką biznesową oraz marketingiem. Spotkanie, w którym wzięło udział 40 osób, w tym Członkowie Gdańskiej Organizacji Turystycznej, poprowadziło trzech międzynarodowych specjalistów związanych z przemysłem spotkań. Szkolenie było poświęcone m.in. wykorzystaniu nowych technologii w turystyce biznesowej.

2.10 Promocja w prasie branżowej i Internecie

Gdańsk Convention Bureau GOT od 2005 roku prowadzi portal internetowy www.gdanskconvention.pl będący ważnym źródłem informacji o Gdańsku i Pomorzu dla organizatorów spotkań biznesowych. W czerwcu 2012 roku premierę miała nowa odsłona strony

www.gdanskconvention.pl (bardziej nowoczesny wygląd, łatwiejsza nawigacja, więcej praktycznych informacji). Na portalu prowadzonym w języku polskim i angielskim znajdują się informacje m.in. o dostępności komunikacyjnej, obiektach konferencyjnych, usługodawcach, najważniejszych konferencjach i targach organizowanych w Gdańsku i województwie pomorskim oraz wiele innych. Na portalu można znaleźć informacje o ponad 70 Członkach Gdańskiej Organizacji Turystycznej. W 2013 roku na stronie www.gdanskconvention.pl ukazało się ponad 100 notatek prasowych dot. działań GCB/GOT, konferencji i innych wydarzeń organizowanych w Gdańsku i województwie pomorskim wielu innych. W 2013 roku portal Gdańsk Convention Bureau GOT odwiedziło ponad 10 000 osób.

W wyniku działań promocyjnych Gdańsk Convention Bureau GOT w Internecie ukazało się ponad 270 bezpłatnych materiałów prasowych dotyczących Gdańska i województwie pomorskim (231 w mediach lokalnych i krajowych oraz 60 w mediach międzynarodowych). Również w 2013 roku Gdańsk Convention Bureau GOT kontynuowało współpracę z magazynem „Live&Travel”, w którym opublikowanych zostało 10 płatnych artykułów poświęconych tematyce przemysłu spotkań.

3. RYNEK SPOTKAŃ W GDAŃSKU I WOJEWÓDZTWIE POMORSKIM W ŚWIELE BADAŃ GDAŃSK CONVENTION BUREAU GOT

3.1. Metodyka badań oraz charakterystyka próby badawczej

Celem przeprowadzonego badania jest charakterystyka wydarzeń z obszaru turystyki biznesowej, ze szczególnym uwzględnieniem ilości i wielkości wydarzeń biznesowych, które zostały zorganizowane na terenie województwa pomorskiego w roku 2013.

Badaniem objęto, podobnie jak w poprzednich latach, spotkania które spełniają kryteria ustalone przez Światową Organizację Turystyczną (UNWTO – World

Tourism Organization), a mianowicie: liczba uczestników jest nie mniejsza niż 10, trwają minimum 4 godziny, zostały zorganizowane w sali specjalnie w tym celu wynajętej i opłaconej.

Ankieta (patrz: załącznik 1), opracowana według wzoru Poland Convention Bureau POT, została skierowana do zarządców obiektów, które świadczą usługi dla rynku spotkań, w tym: hoteli z zapleczem konferencyjnym, centrów konferencyjnych i targowych, obiektów sportowych i kulturalnych, uczelni wyższych dysponujących salami konferencyjnymi, centrów biznesowych i innych.

Zebrane dane zostały poddane analizie ilościowej (liczba spotkań, liczba uczestników według kategorii i tematyki) oraz jakościowej, która objęła następujące zagadnienia:

- ✓ kategorie spotkań,
- ✓ tematykę organizowanych spotkań,
- ✓ czas trwania spotkań i sezonowość ich organizowania,
- ✓ grupy uczestników.

Zakres podmiotowy analizy obejmuje spotkania, które odbyły się na terenie województwa pomorskiego w roku 2013. Dane były zbierane na terenie: Gdańska, Sopotu, Gdyni (na potrzeby tego raportu określanych również jako Trójmiasto) oraz Regionu, przez który należy rozumieć pozostały obszar województwa pomorskiego. Z Regionu dane napływały z tych miejscowości, w których znajdują się obiekty konferencyjne posiadające salę mieszczącą min. 50 osób.

W badaniach wyszczególniono cztery kategorie spotkań biznesowych: kongresy/konferencje, wydarzenia korporacyjne, wydarzenia motywacyjne oraz targi/wystawy.

Zakres przedmiotowy badania objął 61 obiektów z terenu województwa pomorskiego (Gdańsk 40, Gdynia 7, Sopot 5, Region 9), w których zorganizowano spotkania biznesowe. 39 badanych obiektów stanowiły hotele z zapleczem konferencyjnym, 2 – centra wystawiennicze/kongresowe, 15 – obiekty/sale na specjalne wydarzenie oraz 5 – szkoły wyższe.

Chociaż badane obiekty stanowią jedynie część wszystkich, w których na terenie województwa pomorskiego organizowane były spotkania biznesowe, należy podkreślić, iż grupa badawcza objęła najbardziej kluczowe obiekty w regionie. Ponadto w roku 2013 dane przekazało o 15% obiektów więcej niż roku 2012.

3.2. Liczba spotkań biznesowych i ich rodzaje

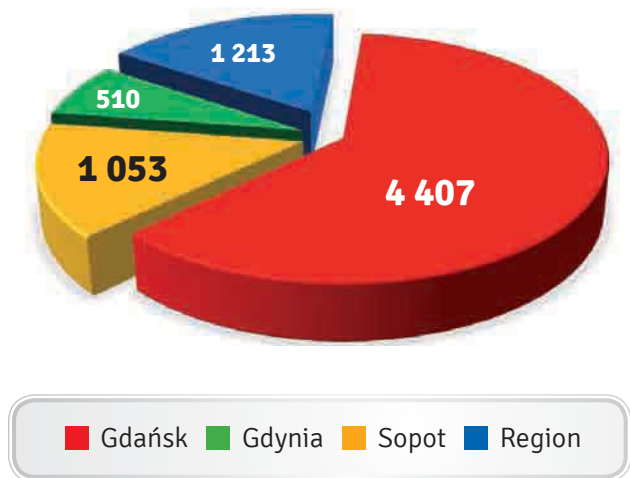
Przeprowadzone badanie wykazało, iż w roku 2013 łącznie w Trójmieście i Regionie zostały zorganizowane 7 183 spotkania biznesowe. W porównaniu do roku 2009, w którym odnotowano 1 434 spotkania, nastąpił pięciokrotny wzrost ogólnej ich liczby, co świadczy o dynamicznym rozwoju pomorskiego przemysłu spotkań w ostatnich latach.

W roku 2013, wzorem lat ubiegłych, najwięcej spotkań biznesowych zorganizowano w Gdańsku, przy czym nastąpił wyraźny wzrost udziału Gdańska w pomorskim rynku spotkań, z 54,5% w roku 2012 (dane z Raportu GCB/GOT 2013) do 61,4% w roku 2013. Poza obszarem Trójmiasta (Gdańsk, Gdynia, Sopot) odbyło się łącznie 1 213 spotkań, co daje Regionowi drugie miejsce. Na miejscu trzecim plasuje się Sopot (1 053 spotkania, 14,6% udziału w rynku), na czwartym zaś Gdynia (510 spotkań, 7,1%), której polepszająca się baza hotelowa i konferencyjna wciąż pozostaje jednak stosunkowo najmniej konkurencyjna w porównaniu do Gdańska czy Sopotu.

Tabela 3. Liczba spotkań biznesowych na terenie województwa pomorskiego w 2013 roku

	LICZBA SPOTKAŃ	%
Gdańsk	4 407	61,4%
Sopot	1 053	14,6%
Gdynia	510	7,1%
Region	1 213	16,9%
Razem	7 183	100%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GCB/GOT.

Rysunek 3. Struktura rynku spotkań biznesowych w województwie pomorskim w 2013 roku

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GCB/GOT.

Biorąc pod uwagę zasięg spotkania biznesowe zostały podzielone na cztery rodzaje: lokalne, wojewódzkie, ogólnopolskie oraz międzynarodowe. Najwięcej zor-

ganizowanych spotkań miało zasięg lokalny (2 406). Drugie miejsce w tym zestawieniu zajmują wydarzenia ogólnopolskie (1 977). Spotkań wojewódzkich (trzecie miejsce) zorganizowano jedynie o 9 mniej (1 968). Natomiast najmniej odbyło się wydarzeń o zasięgu międzynarodowym (832), choć to właśnie one zgromadziły w Gdańsku największą liczbę uczestników (patrz: tabela 9).

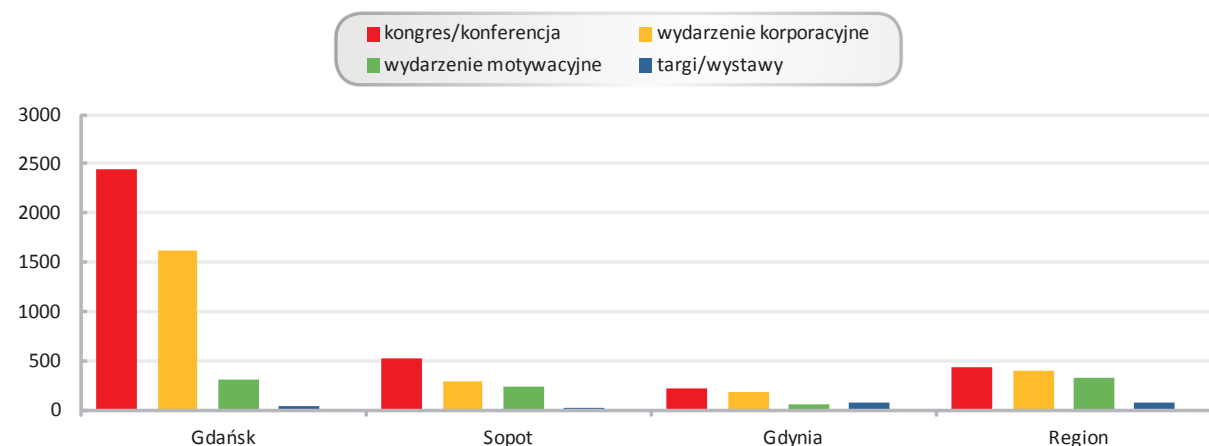
W Gdańsku (1 489), Gdyni (224) i Regionie (383) największą liczbę stanowią spotkania lokalne. Natomiast w Sopocie pierwsze miejsce pod względem ilości spotkań zajmują wydarzenia o zasięgu ogólnopolskim (473). Sopot, będąc znanym uzdrowiskiem, jest chętnie wybieraną destynacją zarówno przez uczestników, jak i organizatorów spotkań z całej Polski.

Analizowane spotkania zostały sklasyfikowane według czterech kategorii: kongres/konferencja, wydarzenie korporacyjne, wydarzenie motywacyjne oraz targi/wystawy.

Tabela 4. Liczba spotkań biznesowych w województwie pomorskim według zasięgu w 2013 roku

ZASIĘG SPOTKANIA	GDAŃSK	SOPOT	GDYNIA	REGION	RAZEM
lokalne	1489	310	224	383	2406
wojewódzkie	1319	129	145	375	1968
ogólnopolskie	1073	473	85	346	1977
międzynarodowe	526	141	56	109	832
RAZEM	4407	1053	510	1213	7183

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GCB/GOT.

Rysunek 4. Liczba spotkań biznesowych w województwie pomorskim według kategorii w 2013 roku

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GCB/GOT.

Najczęstszym typem spotkania organizowanego w województwie pomorskim był kongres/konferencja, których łącznie w roku 2013 odbyło się 3 606, co stanowi ponad 50% wszystkich spotkań. Wśród nich 530 miało charakter międzynarodowy. Najwięcej kongresów/konferencji odbyło się w Gdańsku (2 447), na drugim miejscu organizatorzy wybierali Sopot (523), na trzecim Region (424) i na czwartym – Gdynię, w której zorganizowano 213 takich spotkań. Warto w tym miejscu zauważyć, iż w przypadku kongresów/konferencji międzynarodowych, pomimo tego, że Gdynia zajmuje ostatnie miejsce pod względem ilości takich spotkań (26), to Region wyprzedza ją jedynie o 7 spotkań. Wynika stąd wniosek, że organizatorzy imprez międzynarodowych chętniej wybierają na ich lokalizację duże, dobrze skomunikowane ośrodki miejskie, takie jak Gdańsk. Należy podkreślić znaczny przyrost ogólnej liczby kongresów/konferencji w 2013 roku w porównaniu z rokiem 2012 (rok 2012 – 2 214 spotkań, rok 2013 – 3 606 spotkań).

to przede wszystkim specyfika wydarzeń korporacyjnych, w programie których znaczące miejsce zajmują elementy rekreacyjno – rozrywkowe, miała wpływ na decyzje ich organizatorów o wyborze obiektów zlokalizowanych poza Trójmiastem.

Trzecie miejsce zajęły wydarzenia motywacyjne, których zorganizowano łącznie 904, w tym 94 międzynarodowe. Charakter wydarzeń motywacyjnych, podczas których realizowane są między innymi cele integracyjne oraz, coraz częściej, także szkoleniowe, wymagają od ich organizatorów wyboru lokalizacji sprzyjającej ich osiągnięciu. W tej kategorii wygrywają obiekty położone poza obszarem aglomeracji miejskich, stąd pierwsze miejsce Regionu, w którym odbyło się 287 tego rodzaju imprez krajowych i 35 międzynarodowych. Następne miejsce zajmują Gdańsk (266 krajowych i 32 międzynarodowe), Sopot (205 krajowych i 22 międzynarodowe) oraz Gdynia (51 krajowych i 5 międzynarodowych).

Ostatnie, czwarte miejsce w tej klasyfikacji zajmują targi/wystawy. Zorganizowano ich 189, co stanowi jedynie 2,6% ogółu analizowanych spotkań (ale już w stosunku do roku 2012 to wzrost o prawie połowę, na co wpływ ma m.in. działalność Centrum Wystawienniczo-Kongresowego AmberExpo – największego tego typu obiektu w województwie pomorskim). Najwięcej targów i wystaw zrealizowano w Gdyni (łącznie 69, w tym 12 międzynarodowych). Następne miejsca zajmują: Region, w którym odbyło się 68 imprez krajowych, Gdańsk (36 krajowych i 7 międzynarodowych) oraz Sopot – 9 imprez krajowych. Należy przy tym zaznaczyć, iż Centrum Wystawienniczo-Kongresowe AmberExpo działa stosunkowo krótko (oficjalne otwarcie nastąpiło w kwietniu 2012), stąd trzecia pozycja Gdańska jeżeli chodzi o organizację wydarzeń targowych. Tak jak w poprzednich latach, kluczowe znaczenie przy organizacji targów/wystaw ma specjalistyczna infrastruktura.

Obiekty, w których odbywały się spotkania biznesowe podzielono na cztery następujące rodzaje: hotel z zapleczem konferencyjnym, centrum wystawiennicze/kongresowe, sala na specjalne wydarzenie oraz szkoła wyższa.



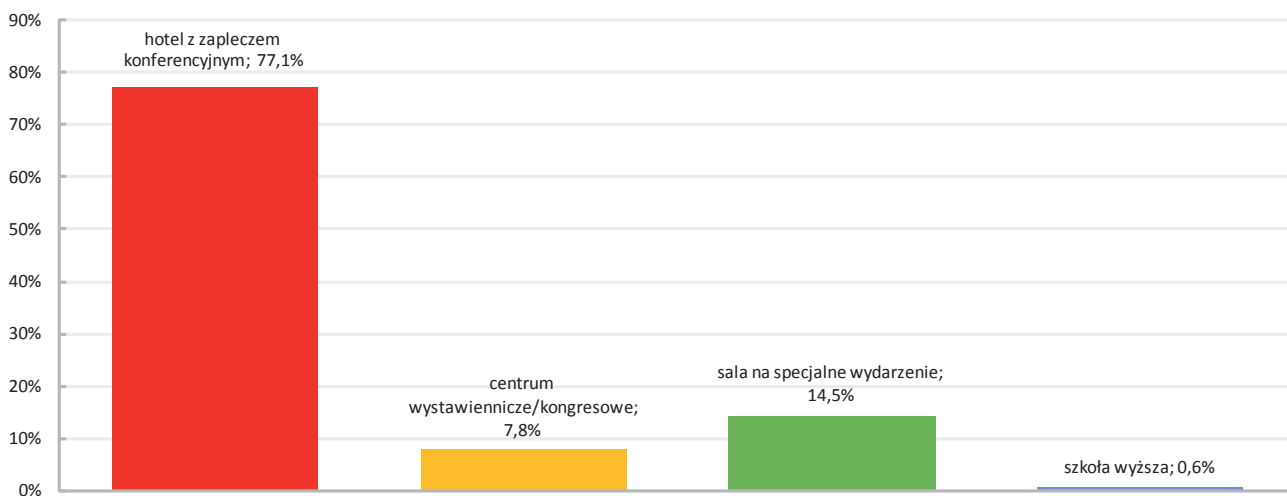
fot.: Roberto Polce – Urząd Miejski w Gdańsku
Kamienice na Głównym Mieście w Gdańsku

Na drugim miejscu tego rankingu znajdują się wydarzenia korporacyjne z wynikiem 2 484 imprez, z czego 189 miało charakter międzynarodowy. Najwięcej takich spotkań odbyło się w Gdańsku (1 525 krajowych i 94 międzynarodowych). Organizatorzy wydarzeń korporacyjnych w dalszej kolejności wybierali Region (358 krajowych i 41 międzynarodowych), Sopot (253 krajowych i 41 międzynarodowych) oraz Gdynię, w której zorganizowano odpowiednio 159 imprez krajowych i 13 międzynarodowych. Należy podkreślić, iż

Tabela 5. Liczba spotkań biznesowych w województwie pomorskim według kategorii spotkania w 2013 roku

KATEGORIA SPOTKANIA		LICZBA SPOTKAŃ							
		KRAJOWE				MIĘDZYNARODOWE			
	OGÓŁEM	GDAŃSK	SOPOT	GDYNIA	REGION	GDAŃSK	SOPOT	GDYNIA	REGION
kongres/konferencja	3 607 (50,2%)	2 054	445	187	391	393	78	26	33
wydarzenie korporacyjne	2 484 (34,6%)	1 525	253	159	358	94	41	13	41
wydarzenie motywacyjne	903 (12,6%)	266	205	51	287	32	22	5	35
targi/wystawy	189 (2,6%)	36	9	57	68	7	0	12	0
RAZEM	7183 (100%)	3881	912	454	1104	526	141	56	109

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GCB/GOT.

Rysunek 5. Struktura spotkań biznesowych w województwie pomorskim według rodzaju obiektu w 2013 roku

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GCB/GOT.

Najczęściej wybieranym obiektem przez organizatorów spotkań biznesowych był hotel z zapleczem konferencyjnym (co jest oczywiste ze względu na kompleksowość oferty hotelu – nocleg + konferencja + tzw. *social programme*). W tego rodzaju obiektach zrealizowano aż 77,1% wszystkich spotkań. Następne miejsce w tym zestawieniu zajmuje sala na specjalne wydarzenie (14,5%). W tym miejscu należy podkreślić rosnące znaczenie tzw. *unique venues*, różnego rodzaju infrastruktury używanej do organizowania

spotkań, w tym m.in. placówek kulturalnych, zabytków, obiektów sportowych i innych, których głównym przeznaczeniem jest działalność inna niż konferencyjna. Organizatorzy spotkań biznesowych w poszukiwaniu miejsc niepowtarzalnych, związanych z historią i kulturą danego miasta czy regionu coraz częściej kierują swoje zainteresowanie na właśnie tzw. *unique venues*. W drugiej połowie 2014 roku w Gdańsku planowane jest otwarcie kolejnych dwóch takich obiektów, a mianowicie Gdańskiego Teatru Szekspirowskie-

go, mogącego gościć prawie 600 osób oraz Europejskiego Centrum Solidarności, w którym sala konferencyjno – widowiskowa nazwana wielofunkcyjną (na 400 osób) wyposażona będzie w najnowocześniejsze rozwiązania technologiczne (m.in. rzutnik multimedialny 3D). W kolejnych latach na mapie obiektów konferencyjnych w Trójmieście pojawią się też nowo-

zenie odbyło się 1 038 spotkań, w tym 460 wydarzeń korporacyjnych oraz 429 kongresów/konferencji.

W centrach wystawienniczych/kongresowych ze zorganizowanych 562 spotkań aż 433 stanowiły kongresy/konferencje, a targów/wystaw zorganizowano jedynie 30. Duże znaczenie ma fakt, iż w województwie

Tabela 6. Liczba spotkań biznesowych w województwie pomorskim według kategorii spotkań i rodzaju obiektu w 2013 roku

KATEGORIA SPOTKANIA	HOTEL Z ZAPLECZEM KONFERENCYJNYM	CENTRUM WYSTAWIENNICZE/ KONGRESOWE	SALA NA SPECJALNE WYDARZENIE	SZKOŁA WYŻSZA
kongres/konferencja	2702	433	429	43
wydarzenie korporacyjne	1948	76	460	0
wydarzenie motywacyjne	744	23	138	0
targi/wystawy	148	30	11	0
RAZEM	5540	562	1038	43

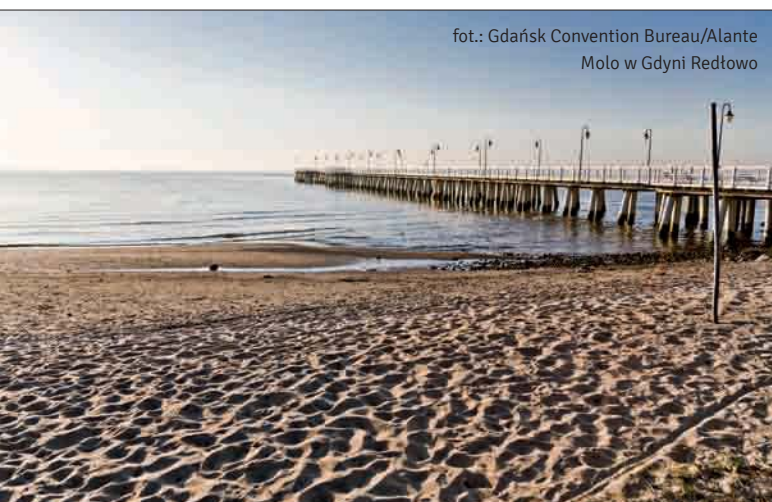
Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GCB/GOT.

czesne Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku dysponujące największą powierzchnią wystawienniczą w Europie, trzykondygnacyjne Gdyńskie Centrum Filmowe oraz Muzeum Emigracji w Gdyni. W centrach wystawienniczych/kongresowych zorganizowano 7,8% spotkań. Natomiast szkoły wyższe gościły jedynie 0,6% wszystkich wydarzeń.

W hotelach z zapleczem konferencyjnym zorganizowano łącznie 5 540 spotkań, w tym najwięcej kongresów/konferencji (2 701). W salach na specjalne wyda-

pomorskim obiekty targowe często dysponują dobrą infrastrukturą konferencyjną, dlatego też organizuje się w nich bardzo dużo mniejszych spotkań o charakterze informacyjno – naukowym. Wydarzenia targowe i wystawiennicze są imprezami o zupełnie innym charakterze i celu, stąd też jest ich relatywnie mniej, ale za to przyciągają one zazwyczaj bardzo dużą liczbę uczestników. Przewaga kongresów/konferencji nad wydarzeniami targowymi w centrach wystawienniczych/kongresowych wskazuje również na konieczność lepszego rozbudowania i dopasowania infrastruktury i oferty do mniejszych spotkań biznesowych bardziej niż do targów (poprzez m.in. zwiększenie liczby mniejszych sal tzw. *break out*).

Szkoły wyższe gościły w badanym okresie 43 spotkania – były to konferencje/kongresy. Specyfika kampusu wyższej uczelni, w tym między innymi wielkość budynków przy jednocześnie dużej ilości i różnorodności sal, a także ich zazwyczaj bardzo dobre wyposażenie techniczne, w połączeniu z naukową atmosferą, która sprzyja poważnym dyskusjom, wpływa na wybór tego rodzaju obiektu przez organizatorów konferencji i kongresów.



fot.: Gdańsk Convention Bureau/Alante
Molo w Gdyni Redłowo

Tabela 7. Liczba spotkań biznesowych w województwie pomorskim według rodzaju obiektu i lokalizacji w 2013 roku

RODZAJ OBIEKTU	GDAŃSK	SOPOT	GDYNIA	REGION	OGÓŁEM	%
hotel z zapleczem konferencyjnym	2994	1053	307	1186	5540	77,1%
centrum wystawienniczo-konferencyjne	380	0	182	0	562	7,8%
sala na specjalne wydarzenie	991	0	20	27	1038	14,5%
szkoła wyższa	42	0	1	0	43	0,6%
RAZEM	4407	1053	510	1213	7183	100,0%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GCB/GOT.

W Gdańsku oraz Gdyni spotkania organizowano w każdym z analizowanych rodzajów obiektów (hotele, centra wystawienniczo-konferencyjne, sale na specjalne wydarzenie, szkoły wyższe), co świadczy o szerokiej i zróżnicowanej ofercie konferencyjnej obu miast. Natomiast w Sopocie, ze względu na jego specyfikę, tak jak w latach ubiegłych, wydarzenia realizowane były w hotelach z zapleczem konferencyjnym.

3.3. Liczba uczestników spotkań biznesowych

Jak wynika z danych Gdańsk Convention Bureau GOT w roku 2013 województwo pomorskie odwiedziło 632 252 osoby uczestniczące w spotkaniach biznesowych. W porównaniu do roku poprzedniego widoczny jest wzrost tej liczby aż o 37% (w roku 2012 liczba turystów biznesowych wyniosła 400 492 – patrz: tabela 19). Sytuacja ta wynika głównie ze wzrostu liczby respondentów badania z 51 obiektów w roku 2012 do 61 w roku 2013.

Pod względem liczby uczestników pierwszą pozycję zajmuje Gdańsk, który odwiedziło ponad 470 000 osób, co stanowi aż 74,8% łącznej liczby uczestników wszystkich spotkań biznesowych, które odbyły się w województwie pomorskim. Zatem Gdańsk ponownie zyskuje znaczącą przewagę nad Sopotem, Gdynią i resztą województwa pomorskiego (także w kategorii liczba spotkań udział Gdańska wyniósł ponad 61,4%).

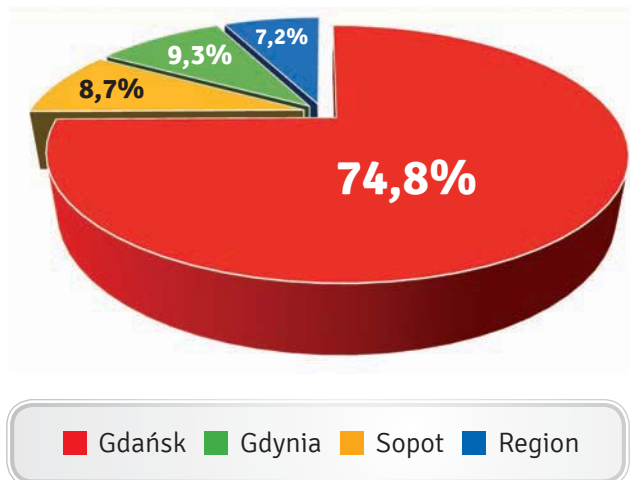
Kolejne miejsca w tym zestawieniu zajmują: Gdynia (59 097 osób, 9,3%), Sopot (54 954, 8,7%) oraz Region (45 517 osób, 7,2%). Należy zauważyć, iż w analizowanej kategorii pozostałe lokalizacje są zróżnicowane między sobą w stopniu nieznacznym, w porównaniu do bardzo dużej różnicy pomiędzy nimi a Gdańskiem. Oznacza to, że Gdańsk jest kluczową destynacją w województwie pomorskim, przyciągającą najwięcej spotkań biznesowych, o dużej liczbie uczestników. Zjawisko to jest naturalne dla dużych aglomeracji. Oczywiście zatem wydaje się dalsze promowanie województwa pomorskiego jako destynacji konferencyjnej pod rozpoznawalną marką Gdańska.

Tabela 8. Liczba uczestników spotkań biznesowych w województwie pomorskim według lokalizacji w 2013 roku

	LICZBA UCZESTNIKÓW	%
Gdańsk	472 684	74,8%
Sopot	54 954	8,7%
Gdynia	59 097	9,3%
Region	45 517	7,2%
RAZEM	632 252	100%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GCB/GOT.

Rysunek 6. Struktura rynku spotkań biznesowych w województwie pomorskim według liczby uczestników w 2013 roku



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GCB/GOT.

Biorąc pod uwagę zasięg spotkania, najliczniejszą grupę stanowili uczestnicy spotkań międzynarodowych. Z 270 585 uczestników aż 248 725 wybrało Gdańsk, jako miejsce spotkania.

Drugie miejsce w tym zestawieniu zajmują wydarzenia o zasięgu ogólnopolskim, w których wzięło udział

135 359 osób. Trzecie miejsce przypadło w udziale spotkaniom lokalnym z ogólną liczbą 116 153 uczestników. Natomiast czwarte miejsce zajmują wydarzenia wojewódzkie (110 155 osób).

Warto podkreślić, iż w Regionie, najliczniejszą grupą są uczestnicy spotkań biznesowych o zasięgu ogólnopolskim (15 467). Wynik ten wskazuje na zainteresowanie uczestników oraz organizatorów spotkań nie tylko najbardziej rozpoznawalną aglomeracją trójmiejską, ale także innymi miejscowościami województwa pomorskiego. Istnieje więc potrzeba dalszego efektywnego działania promocyjnego na rzecz pozyskiwania nowych spotkań biznesowych dla Regionu.

W roku 2013 najwięcej osób wzięło udział w kongresach/konferencjach (446 488 osób), co stanowi 70,6% łącznej liczby uczestników wszystkich rodzajów spotkań w województwie pomorskim. Drugie miejsce w tym zestawieniu zajmują wydarzenia korporacyjne z liczbą 90 465 uczestników (14,3%). Trzecie miejsce przypadło w udziale wydarzeniom motywacyjnym (67 172 osoby, 10,6% udziału w łącznej liczbie uczestników), a czwarte zajmują targi/wystawy z liczbą 28 127 osób (4,4%).

Tabela 9. Liczba uczestników spotkań biznesowych w województwie pomorskim według zasięgu w 2013 roku

ZASIĘG SPOTKANIA	GDAŃSK	SOPOT	GDYNIA	REGION	RAZEM
lokalne	77 369	9 927	16 821	12 036	116 153
wojewódzkie	70 556	6 913	18 754	13 932	110 155
ogólnopolskie	76 034	30 552	13 306	15 467	135 359
międzynarodowe	248 725	7 562	10 216	4 082	270 585
RAZEM	472 684	54 954	59 097	45 517	632 252

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GCB/GOT.

Tabela 10. Liczba uczestników spotkań biznesowych w województwie pomorskim według kategorii spotkania w 2013 roku

KATEGORIA SPOTKANIA	OGÓLNA LICZBA UCZESTNIKÓW	%
kongres/konferencja	446 488	70,6
wydarzenie korporacyjne	90 465	14,3
wydarzenie motywacyjne	67 172	10,6
targi/wystawy	28 127	4,4
RAZEM	632 252	100%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GCB/GOT.

Podobnie jak w ubiegłych latach targi/wystawy przyciągają średnio największą liczbę uczestników (149). Dane zebrane w roku 2013 obejmują także, oprócz typowych imprez targowych, które odbywają się w specjalistycznych centrach targowych i przyciągają bardzo dużą liczbę uczestników (powyżej 1000 osób), niewielkie imprezy wystawiennicze oraz specjalistyczne, branżowe imprezy targowe, w których uczestniczy np. kilkunastu wystawców. Odbywają się one wówczas w hotelach lub salach na specjalne wydarzenie. Stanowi to wyraźną reakcję pomorskiego rynku spotkań na światowe trendy, które wskazują rosnące znaczenie lokalnych wydarzeń o małej liczbie uczestników (w tym specjalistycznych targów i wystaw) oraz coraz mniejsze zainteresowanie wielkimi targami. Ponadto liczbę uczestników współczesnych dużych imprez targowo-wystawienniczych odbywających się w aglomeracjach miejskich należy zdecydowanie zwiększyć o tych mieszkańców i turystów, którzy biorą udział w różnego rodzaju wydarzeniach towarzyszących targom, najczęściej o charakterze kulturalnym. Jest to związane z budowaniem swoistej kultury imprez wystawienniczych.

Średnia liczba uczestników kongresu/konferencji wynosiła 124 osoby. Wynik ten wskazuje na mniejsze zróżnicowanie tego typu spotkań biznesowych w porównaniu z imprezami targowo-wystawienniczymi (ponad 400 konferencji o liczbie uczestników od 100 do 150, czyli zbliżonej do średniej oraz łącznie stosunkowo niewielka liczba wydarzeń targowo-wystawienniczych, z których jedynie 5 przyciągnęło powyżej 1000 osób, a w aż 73 uczestniczyło mniej niż 50 osób).

W wydarzeniach motywacyjnych średnio wzięło udział 76 uczestników, a w wydarzeniach korporacyjnych 36.

W roku 2013 we wszystkich rozpatrywanych lokalizacjach (Gdańsk, Gdynia, Sopot i Region) najwięcej osób zgromadziły kongresy/konferencje. W Gdańsku oraz Regionie drugą najliczniejszą grupę stanowiły wydarzenia korporacyjne, w których uczestniczyło odpowiednio: 58 771 oraz 12 379 osób. W Gdyni drugie miejsce w tej kategorii zajęły targi i wystawy, z łączną liczbą uczestników 11 480. Z kolei Sopot odwiedziło 12 847 uczestników wydarzeń motywacyjnych, co daje temu rodzajowi spotkań drugie miejsce w tej kategorii.

Rysunek 7. Średnia liczba uczestników spotkań biznesowych w województwie pomorskim według kategorii spotkania w 2013 roku

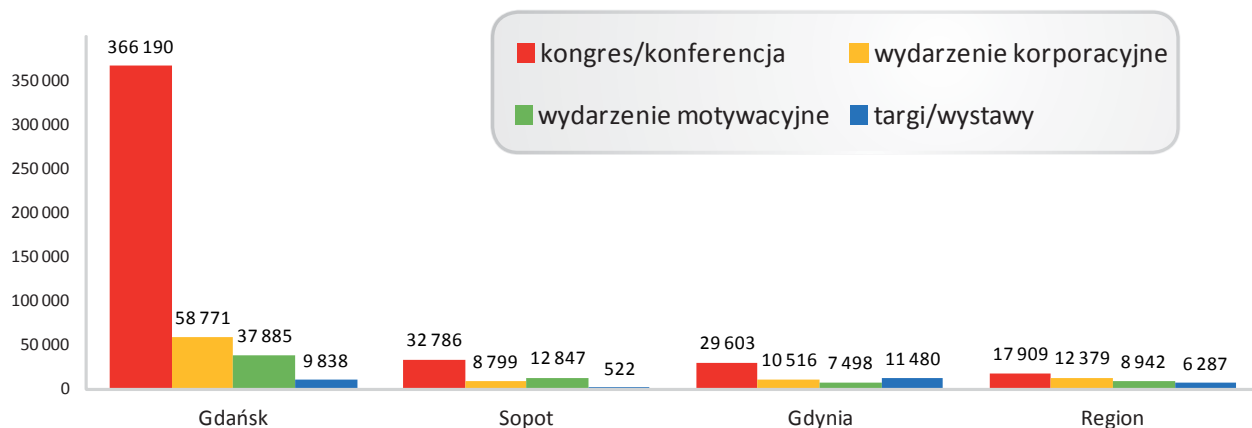


Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GCB/GOT.

Tabela 11. Liczba uczestników spotkań biznesowych w województwie pomorskim według kategorii spotkania i lokalizacji w 2013 roku

KATEGORIA SPOTKANIA	GDAŃSK	SOPOT	GDYNIA	REGION
kongres/konferencja	366 190	32 786	29 603	17 909
wydarzenie korporacyjne	58 771	8 799	10 516	12 379
wydarzenie motywacyjne	37 885	12 847	7 498	8 942
targi/wystawy	9 838	522	11 480	6 287
RAZEM	472 684	54 954	59 097	45 517

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GCB/GOT.

Rysunek 8. Liczba uczestników spotkań biznesowych w województwie pomorskim według kategorii spotkania i lokalizacji w 2013 roku

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GCB/GOT.

Spotkania organizowane w hotelach z zapleczem konferencyjnym stanowią największą grupę pod względem ogólnej liczby uczestników (368 009 osób). Wzięło w nich udział 58,2% wszystkich gości analizowanych spotkań. Należy podkreślić, iż w wielu hotelach infrastruktura pozwala dzisiaj na organizowanie nie tylko kongresów i konferencji, ale także pozostałych rodzajów spotkań, czyli wystaw, wydarzeń korporacyjnych i motywacyjnych. Na drugim miejscu znajdują się sale na specjalne wydarzenie, które łącznie odwiedziło 206 771 osób, co stanowi ponad 30% ogólnej liczby uczestników. Wynik ten potwierdza rosnące znaczenie tzw. *unique venues* na pomorskim rynku spotkań. Trzecie miejsce w tej kategorii zajmują centra wystawienniczo-konferencyjne (52 097 osób). Natomiast jedynie 5 375 osób wybrało szkoły wyższe na miejsce spotkania, co stanowi 0,9% ogólnej liczby uczestników analizowanych spotkań. Należy przypomnieć, iż szkoły wyższe gościły w badanym okresie zaledwie 43 spotkania. Jest to związane ze specyfi-

**Tabela 12.** Liczba uczestników spotkań biznesowych w województwie pomorskim według rodzaju obiektu w 2013 roku

RODZAJ OBIEKTU	OGÓLNA LICZBA UCZESTNIKÓW	%
hotel z zapleczem konferencyjnym	368 009	58,2%
centrum wystawienniczo-konferencyjne	52 097	8,2%
sala na specjalne wydarzenie	206 771	32,7%
szkoła wyższa	5 375	0,9%
RAZEM	632 252	100,0%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GCB/GOT.

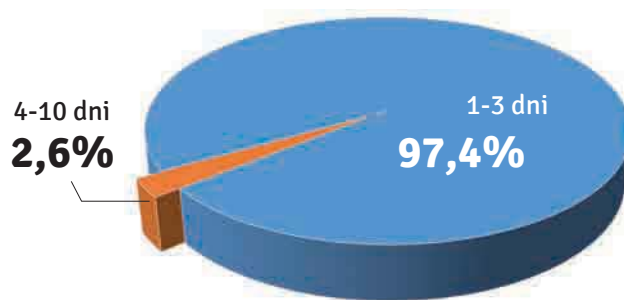
ką wyższej uczelni, dla której priorytetowe znaczenie ma własna działalność dydaktyczna i naukowa. Zatem wynajem powierzchni jest utrudniony w trakcie roku akademickiego.

3.4. Czas trwania i sezonowość spotkań biznesowych

W roku 2013 największą liczbę spotkań stanowiły spotkania trwające nie dłużej niż 3 dni (6 996), co stanowi 97,4% wszystkich analizowanych spotkań. Natomiast wydarzeń trwających od 4 do 10 dni odbyło się zaledwie 187 (2,6%). W badanym okresie nie odnotowano spotkań biznesowych trwających powyżej 10 dni. W porównaniu do lat ubiegłych, sukcesywnie maleje ilość spotkań trwających 4–10 dni (7% w 2011 roku, 5% w roku 2012). Fakt, iż w roku

2013 nie odbyło ani jedno spotkanie, które trwałoby dłużej niż 10 dni świadczy o tym, że pomorski rynek spotkań dostosowuje się do ogólnopolskiego trendu polegającego na organizowaniu spotkań krótszych, intensywniejszych co do realizowanego programu, a przez to mniej kosztownych.

Rysunek 9. Struktura spotkań biznesowych w województwie pomorskim według czasu trwania w 2013 roku



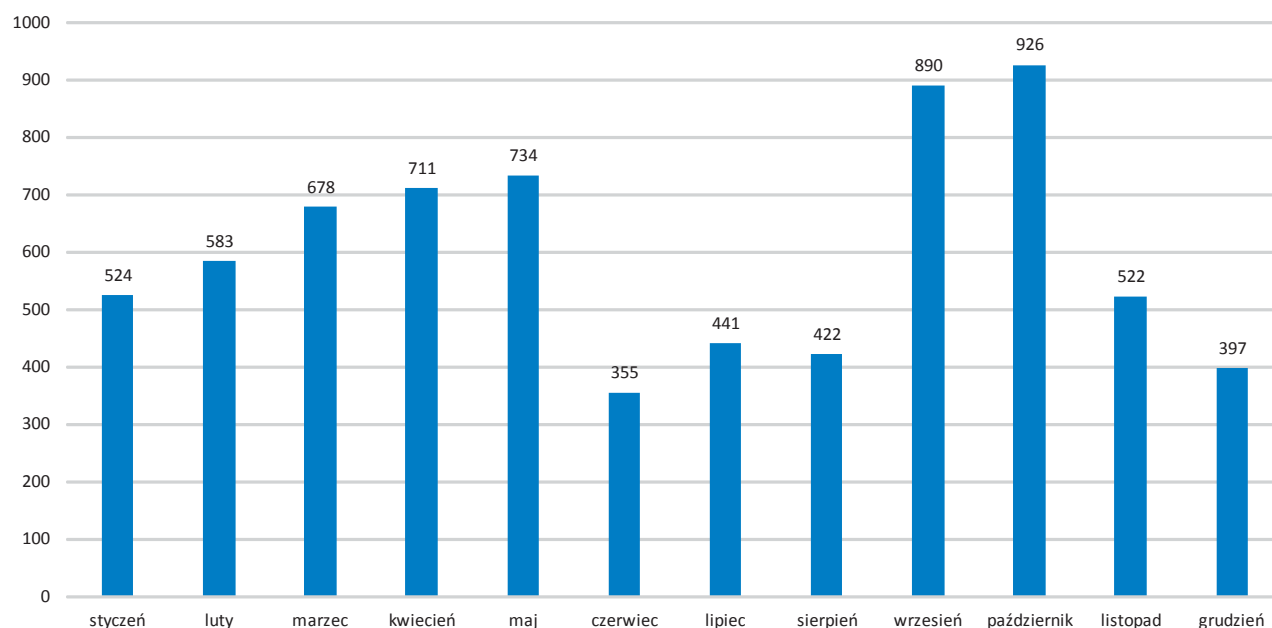
Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GCB/GOT.

Tabela 13. Czas trwania spotkań biznesowych w województwie pomorskim według kategorii w 2013 roku

CZAS TRWANIA	KONGRES/ KONFERENCJA	WYDARZENIE KORPORACYJNE	WYDARZENIE MOTYWACYJNE	TARGI /WYSTAWY	LICZBA SPOTKAŃ
1-3 dni	3512	2415	887	182	6996
4-10 dni	94	69	17	7	187
RAZEM	3606	2484	904	189	7183

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GCB/GOT.

Rysunek 10. Sezonowość liczby spotkań biznesowych w województwie pomorskim w 2013 roku

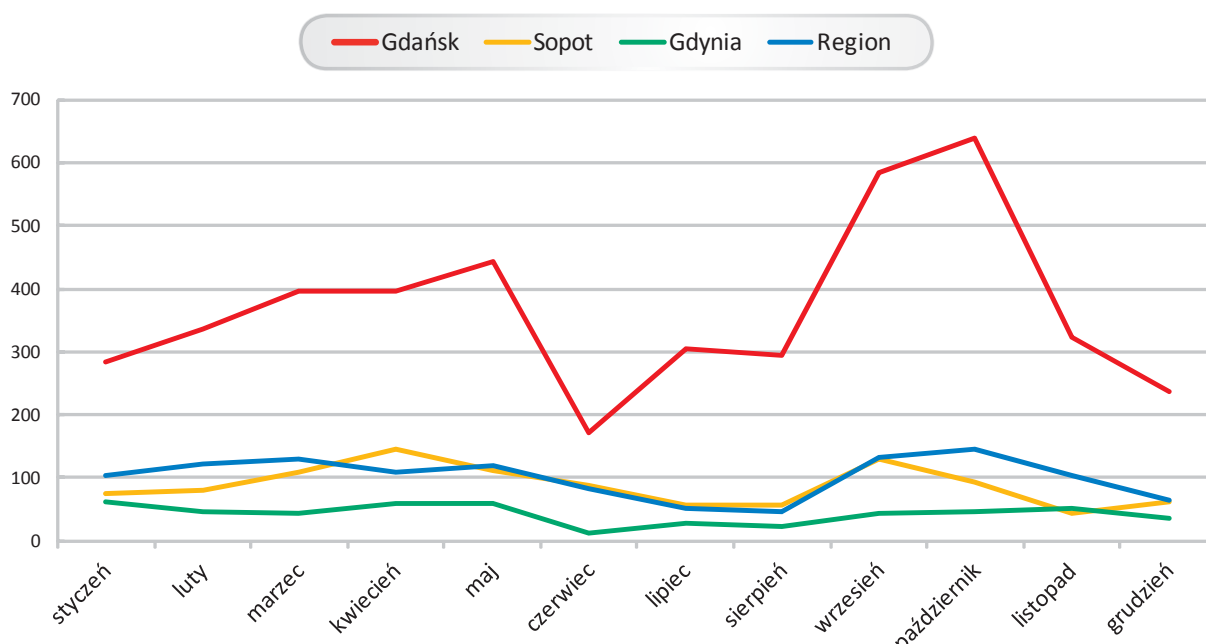


Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GCB/GOT.

Wśród kongresów/konferencji, wydarzeń korporacyjnych i wydarzeń motywacyjnych 1,8%-2,6% z nich trwało 4–10 dni. W tej kategorii jedynie targi/wystawy, z uwagi na swoją specyfikę, odnotowały prawie 4% udział takich wydarzeń. Wszystkie pozostałe trwały najdłużej 3 dni. Rynek spotkań biznesowych charakteryzuje się wyraźną sezonowością, przejawiającą się podobnym do lat ubiegłych rozkładem wyda-

żeń na przestrzeni roku. W roku 2013 do najpopularniejszych dla tej branży należą miesiące jesienne (wrzesień i październik) oraz wiosenne (marzec, kwiecień i maj). Lipiec i sierpień, które są typowymi miesiącami urlopowymi, wykazywały najmniejszą liczbę spotkań biznesowych. Stosunkowo nieatrakcyjny dla organizatorów będzie także przełom roku kalendarzowego (grudzień/styczeń), w którym to okresie na-

Rysunek 11. Sezonowość liczby spotkań biznesowych w województwie pomorskim według lokalizacji w 2013 roku



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GCB/GOT.

stępuje spowolnienie działań firm i instytucji z uwagi na przerwę świąteczno-noworoczną. Podobnie jak w ubiegłych latach to w Gdańsku występują największe wahania ogólnej liczby spotkań. Wiosną, w marcu, kwietniu i maju, odbyło się 28 % spotkań (1 234). Natomiast aż 35% wszystkich wydarzeń zorganizowanych w Gdańsku w roku 2013 odbyło się we wrześniu, październiku i listopadzie. Najmniejsze wahania ponownie zaobserwowano w Gdyni.

Kumulacja spotkań o charakterze biznesowym w miesiącach poza szczytem okresu letniego pozytywnie wpływa na lokalną branżę turystyczną (poprzez przedłużenie sezonu o kilka kolejnych miesięcy), co ma szczególne znaczenie w województwie pomorskim silnie związanym z turystyką. Organizacja spotkań

biznesowych w miesiącach poza szczytem sezonu turystycznego pozwala na bardziej efektywne wykorzystanie już istniejącej infrastruktury, ale jednocześnie wymaga kolejnych inwestycji, które podniosą konkurencyjność Gdańska i województwa pomorskiego.

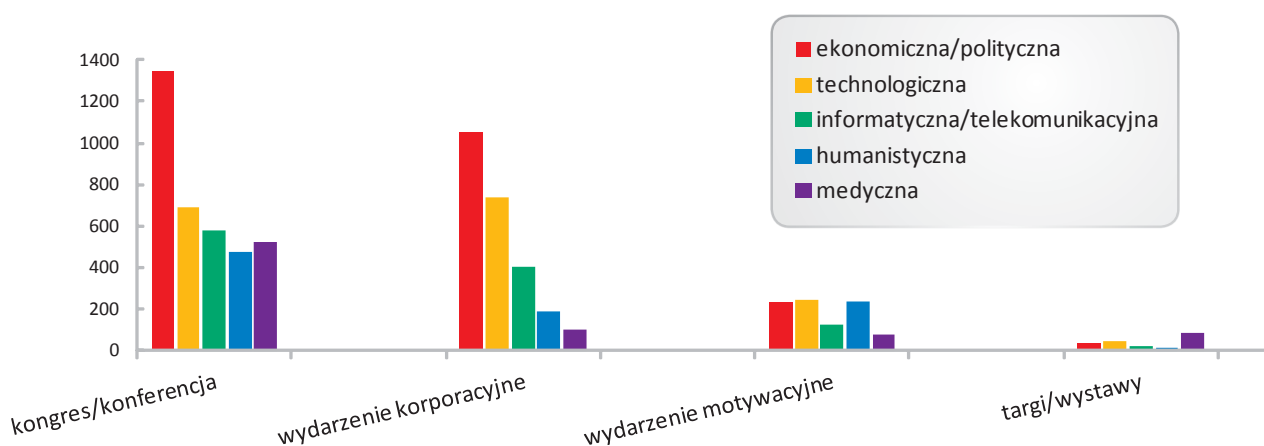
3.5. Tematyka spotkań

Tak jak w ubiegłych latach, w roku 2013 największą grupę spotkań biznesowych stanowiły spotkania o tematyce ekonomicznej i politycznej, których łącznie zorganizowano 2 649 (36,8%). Wśród nich najwięcej było kongresów/konferencji (1 343). W samym Gdańsku zorganizowano prawie 70% takich wydarzeń. Świadczy to o rozpoznawalności Gdańska (opar-

Tabela 14. Liczba spotkań biznesowych w województwie pomorskim według tematyki w 2013 roku

TEMATYKA SPOTKANIA	LICZBA SPOTKAŃ	
ekonomiczna/polityczna	2649	36,8%
technologiczna	1707	23,8%
informatyczna/telekomunikacyjna	1126	15,7%
humanistyczna	910	12,7%
medyczna	791	11,0%
RAZEM	7183	100,0%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GCB/GOT.

Rysunek 12. Liczba spotkań biznesowych w województwie pomorskim według kategorii i tematyki w 2013 roku

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GCB/GOT.

tym głównie na znaczeniu historycznym) w kręgach politycznych i biznesowych, których przedstawiciele chętnie wybierają tę właśnie destynację. Drugie miejsce pod względem liczby spotkań zajmują wydarzenia o tematyce technologicznej (1707, 23,8%). Wśród nich największą grupę stanowią wydarzenia korporacyjne (738) oraz kongresy/konferencje (109), co wiąże się m.in. z działalnością parków naukowo – technologicznych, inkubatorów przedsiębiorczości oraz nowych centrów biznesowych, w których swoje oddziały zakładają międzynarodowe korporacje. Kolejne miejsca w tym zestawieniu zajmują spotkania o tematyce: informatycznej i telekomunikacyjnej (1 126), humanistycznej (910) oraz medycznej, których w roku 2013 zorganizowano 791. W powyższych grupach najczęściej zorganizowano konferencje i kongresy. W roku 2013 najliczniejszą grupę stanowili uczestnicy spo-

tkkań biznesowych o tematyce medycznej. Województwo pomorskie odwiedziło prawie 260 000 osób, czyli 41,1% ogólnej liczby uczestników spotkań. Pomimo, iż spotkań o tematyce medycznej pod względem ilości zorganizowano najmniej (791), to wśród nich, aż 119 zgromadziło między 1 000 a 2 500 uczestników, a 10 powyżej 2 500. Należy także podkreślić, iż 118 z tych spotkań miało charakter międzynarodowy. Na drugim miejscu pod względem ilości uczestników znajdują się spotkania o tematyce ekonomicznej i politycznej (22,2%). A kolejne miejsca w tym zestawieniu zajmują spotkania o tematyce: humanistycznej (14,8%), technologicznej (12,9%) oraz informatycznej i telekomunikacyjnej, w których wzięło udział 9% łącznej liczby uczestników spotkań biznesowych zrealizowanych w województwie pomorskim w roku 2013.

3.6. Uczestnicy spotkań biznesowych

Uczestnicy spotkań biznesowych zostali podzieleni na cztery grupy: instytucja rządowa/organizacja publiczna, organizacja pozarządowa/non profit, przedsiębiorstwo oraz stowarzyszenie.

W roku 2013 najwięcej spotkań zorganizowano dla przedsiębiorstw. 5 581 takich spotkań stanowi 77,7% wszystkich analizowanych wydarzeń. To wyraźny sygnał wskazujący na konieczność większego skupienia się nie tylko na spotkaniach organizowanych przez stowarzyszenia, ale przede wszystkim przez przedsiębiorstwa dysponujące zazwyczaj większymi budżetami na organizację szkoleń czy wyjazdów typu incentive. Służyć temu może projekt Programu Honorowych Ambasadorów Kongresów skierowany głównie do korporacji (na wzór obecnie prowadzonego Programu dla członków międzynarodowych stowarzyszeń). W odpowiedzi na potrzeby rynku Gdańsk Convention Bureau GOT od 2014 roku we współpracy z lokalną branżą (w tym m.in. Gdańską Agencją Rozwoju Gospodarczego) będzie prowadziło podobny program dedykowany korporatom.

Na drugim miejscu znalazły się spotkania stowarzyszeń, których uczestnicy wzięli udział w 877 spotkaniach (12,3%). Nieco mniej, 693 spotkania, zostały przygotowane dla instytucji rządowych i organizacji publicznych. Natomiast najmniejszą liczbę spotkań, jedynie 32, stanowiły spotkania organizacji pozarządowych i non profit. Sytuacja ta jest spowodowana przede wszystkim kwestią finansową – organizacje pozarządowe i non-profit nie posiadają w swoich budżetach odpowiednich środków na organizowanie spotkań, których przygotowanie jest zazwyczaj dość kosztowne. Wyjątek stanowią spotkania, które są narzędziem komunikacyjnym do realizacji zadań takiej organizacji, np. osiągnięcie celów edukacyjnych lub pomocowych.

Analizując liczbę spotkań według kategorii i grupy uczestników, przedsiębiorstwa najchętniej organizowały konferencje i kongresy (2 525) oraz wydarzenia korporacyjne (2 167). Wśród stowarzyszeń oraz instytucji rządowych i organizacji publicznych także kon-

fot.: Gdańsk Convention Bureau/Alante
Plac Zdrojowy w Sopocie



Tabela 15. Liczba spotkań biznesowych w województwie pomorskim według grupy uczestników w 2013 roku

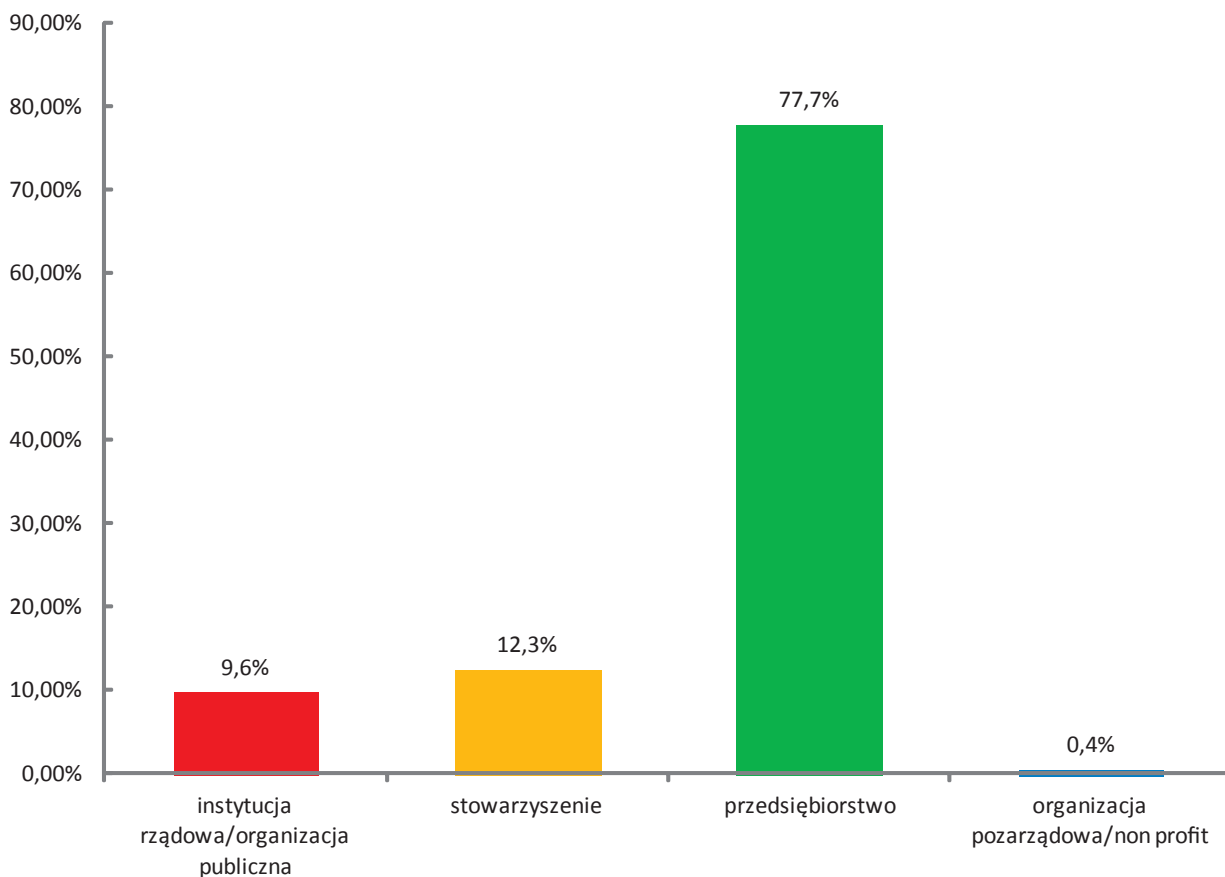
GRUPA UCZESTNIKÓW	LICZBA SPOTKAŃ	%
instytucja rządowa/organizacja publiczna	693	9,6%
stowarzyszenie	877	12,3%
przedsiębiorstwo	5581	77,7%
organizacja pozarządowa/non profit	32	0,4%
RAZEM	7183	100,0%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GCB/GOT.

ferencje i kongresy stanowiły większość organizowanych spotkań.

Rodzaj uczestników spotkania ma wpływ na jego tematykę. Przedsiębiorstwa najczęściej organizowały spotkania o tematyce ekonomicznej i politycznej (2 010) oraz technologicznej (1 571), a najrzadziej humanistyczne (408). Z kolei dla instytucji rządowych i organizacji publicznych tematy humanistyczne oka-

zały się w badanym okresie najważniejsze (249 spotkań). Tematyka ekonomiczna/polityczna oraz humanistyczna była najpopularniejsza wśród stowarzyszeń. Natomiast wśród spotkań zorganizowanych przez organizacje pozarządowe i non-profit aż 46,9% były spotkaniami o tematyce medycznej, 37,5% o tematyce technologicznej, a żadne nie poruszyło tematów ekonomicznych i politycznych.

Rysunek 13. Liczba spotkań biznesowych w województwie pomorskim według kategorii i grupy uczestników w 2013 roku

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GCB/GOT.

Tabela 16. Liczba spotkań biznesowych w województwie pomorskim według tematyki i grupy uczestników w 2013 roku

GRUPA UCZESTNIKÓW INSTYTUCJA RZĄDOWA/ ORGANIZACJA PUBLICZNA STOWARZYSZENIE PRZEDSIĘBIORSTWO ORGANIZACJA POZARZĄDOWA /NON PROFIT	TEMATYKA SPOTKANIA				
	MEDYCZNA	41 (5,9%)	73 (8,3%)	662 (11,9%)	15 (46,9%)
	EKONOMICZNA/POLITYCZNA	246 (35,5%)	393 (44,8%)	2010 (36,0%)	0
	HUMANISTYCZNA	249 (35,9%)	252 (28,7%)	408 (7,3%)	1 (3,1%)
	TECHNOLOGICZNA	60 (8,7%)	64 (7,3%)	1571 (28,1%)	12 (37,5%)
	INFORMATYCZNA/ TELEKOMUNIKACYJNA	97 (14,0%)	95 (10,9%)	930 (16,7%)	4 (12,5%)
	RAZEM	693 (100%)	877 (100%)	5581 (100%)	32 (100%)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GCB/GOT.

3.7. Pomorski rynek spotkań w latach 2009 – 2013

Gdańsk Convention Bureau GOT przeprowadza cykliczne badania pomorskiego rynku spotkań od roku 2009. W przeciągu 5 lat zakres badania powiększał się w sposób systematyczny (dane dla Gdańska, Sopotu i Gdyni zbierane są od roku 2009, a dla Regionu od roku 2010), a informacje zbierane są od coraz większej ilości podmiotów, co świadczy o coraz rosnącym zrozumieniu branży dla tego typu projektów.

Podobne badania monitorujące ruch turystyki biznesowej prowadzą również inne, miejskie i regionalne convention bureaux w Polsce (m.in. Kraków Convention Bureau, Katowice Convention Bureau czy Warsaw Convention Bureau). Również, na podstawie danych przesyłanych do Poland Convention Bureau POT, powstaje raport podsumowujący rynek przemysłu spotkań w Polsce. Ze względu jednak na różnice w metodologii zbierania i analizowania danych statystycznych przez poszczególne convention bureaux trudno o wiarygodne porównanie poszczególnych miast w Polsce pod względem ilości zorganizowanych spotkań biznesowych. Raport Poland Convention Bureau POT za rok 2012 plasuje województwo pomorskie na 2. pozycji w Polsce pod względem liczby konferencji

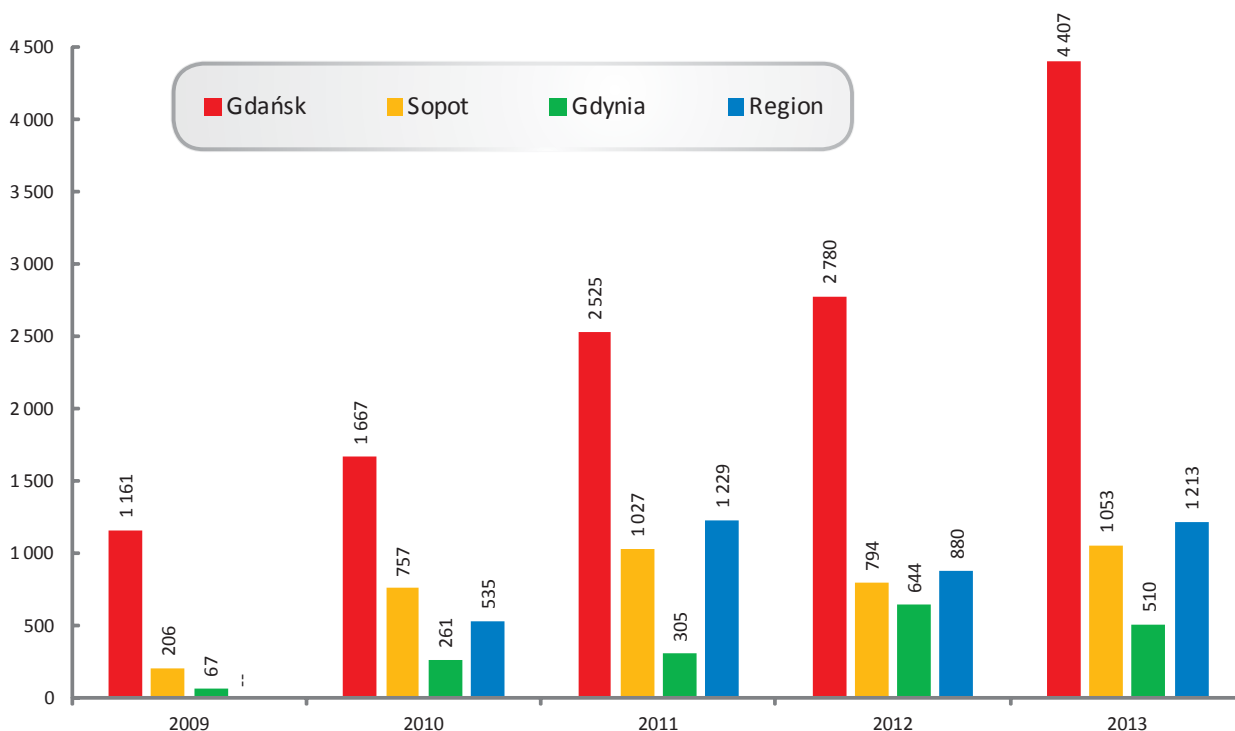
i innych spotkań (4 689) po województwie mazowieckim (10 082) i przed wielkopolskim (3 078) oraz małopolskim (2 062). Właściwe byłoby jednak usytuowanie Gdańska na 3. miejscu w Polsce po Warszawie, która jako stolica przyciąga największą liczbę spotkań biznesowych oraz Krakowie, który jest jedną z najbardziej rozpoznawalnych destynacji turystycznych i konferencyjnych w Europie.

Ogólna liczba spotkań w Gdańsku i Pomorskim wykazuje tendencję rosnącą, od 1 434 spotkań w roku 2009 do 7 183 w roku 2013 na terenie województwa pomorskiego (pięciokrotny wzrost). To samo zjawisko obserwuje się w samym Gdańsku. Pozostałe lokalizacje wykazały niewielkie wahania w ilości zorganizowanych spotkań. Sopot zanotował spadek ich ilości o 233 w roku 2012 w stosunku do roku 2011 (1 027). Podobnie w Regionie zorganizowano w 2012 roku 880 spotkań, czyli aż o 349 mniej, niż w roku 2011. W tym samym okresie w Gdańsku przybyło 255 spotkań, a w Gdyni 339. Przyczyn tej sytuacji należy upatrywać w ilości podmiotów, które dostarczyły danych z poszczególnych lokalizacji oraz organizacji Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2012. Z jednej strony niektórzy organizatorzy spotkań biznesowych zrezygnowali z województwa pomorskiego jako destynacji w roku 2012, gdyż cele wielu rodzajów spotkań

Tabela 17. Liczba spotkań biznesowych w województwie pomorskim w latach 2009 – 2013

ROK	GDAŃSK	SOPOT	GDYNIA	REGION	RAZEM
2009	1 161	206	67	---	1 434
2010	1 667	757	261	535	3 220
2011	2 525	1 027	305	1 229	5 086
2012	2 780	794	644	880	5 098
2013	4 407	1 053	510	1 213	7 183

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GCB/GOT.

Rysunek 14. Liczba spotkań biznesowych w województwie pomorskim w latach 2009 – 2013

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GCB/GOT.

zdecydowanie odbiegają od nieformalnej atmosfery towarzyszącej rozgrywkom turnieju. Ponadto w okresie poprzedzającym UEFA EURO 2012, występowały liczne utrudnienia związane z rozbudową i modernizacją infrastruktury. Z drugiej strony, dla niektórych organizatorów spotkań, UEFA EURO 2012 mogło być swoistym atutem, stanowiącym dodatkową zachętę do odwiedzenia Trójmiasta w tym okresie (np. zaproszenie uczestnikom spotkania motywacyjnego miejscówki VIP w strefie kibica lub uczestnikowi spotkania korporacyjnego miejsca na stadionie podczas meczu finałowego).

W roku 2013 jedynie Gdynia zanotowała nieznaczny spadek ilości spotkań. W pozostałych lokalizacjach odbyło się ich znacznie więcej niż w roku 2012. Na ten fakt wpływ miała między innymi modernizacja infrastruktury transportowej regionu (m.in. otwarcie nowoczesnego Terminalu T2 na Lotnisku im. Lecha Wałęsy w Gdańsku i zwiększenie siatki połączeń bezpośrednich), poprawa jego wizerunku związana z „efektem” UEFA EURO 2012 (w okresie turnieju Gdańsk odwiedziło 160 tys. turystów zagranicznych), zwiększenie się bazy hotelowej w województwie pomorskim (ze 164 klasyfikowanych hoteli w 2012 roku do 170 w roku 2013) oraz liczne działania lokalnej branży

fot.: Roberto Polce – Urząd Miejski w Gdańsku – Widok na Głównie Miasto w Gdańsku



związanej z turystyką biznesową, w tym Gdańsk Convention Bureau GOT. Dodatkowo, nadmorskie położenie Gdańska, Gdyni, Sopotu i wielu innych miejscowości w województwie pomorskim od wielu lat jest silnym bodźcem przemawiającym za organizacją spotkań biznesowych właśnie w Trójmieście i Regionie,

które poza dostępnością komunikacyjną, bazą hotelową czy konferencyjną ma również do zaoferowania turystom biznesowym dodatkowe wrażenia. Tym chętniej uczestnicy konferencji i innych spotkań biznesowych wraz z rodzinami wrócą do Gdańska i województwa pomorskiego już jako turyści indywidualni.

Tabela 18. Liczba uczestników spotkań biznesowych w województwie pomorskim w latach 2009 – 2013

ROK	GDAŃSK	SOPOT	GDYNIA	REGION	RAZEM
2009	77 022	4 380	2 337	---	83 739
2010	98 095	52 406	54 622	26 164	231 287
2011	243 637	59 372	37 991	41 967	382 967
2012	283 516	23 761	54 414	38 801	400 492
2013	472 684	54 954	59 097	45 517	632 252

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GCB/GOT.

Łączna liczba uczestników wszystkich analizowanych spotkań systematycznie wzrasta od 83 739 osób w roku 2009 do 632 252 osób w roku 2013. Ze wszystkich rozpatrywanych lokalizacji tendencję wzrostową wykazuje jedynie Gdańsk. W pozostałych lokalizacjach zauważalne są pewne wahania, które odpowiadają ilości organizowanych spotkań w poszczególnych okresach.

W całym analizowanym okresie najwięcej spotkań miało charakter krajowy. Jednak spotkania międzynarodowe sukcesywnie przybywa z roku na rok. Ta tendencja wzrostowa nie została zachwiana także w roku 2012, w którym zorganizowano ich o 267 więcej niż w roku 2011 (w tym samym okresie liczba spotkań krajowych nieznacznie zmniejszyła się). W roku 2013 odnotowano kolejny wzrost zarówno spotkań krajowych, jak i międzynarodowych. Świadczy to o umacniającej się pozycji województwa pomorskiego na krajowym i międzynarodowym (w tym przede wszystkim europejskim) rynku spotkań. Międzynarodowi organizatorzy spotkań poszukujący nowych destynacji konferencyjnych dla swoich klientów coraz częściej swoją uwagę kierują w stronę Europy Centralnej i krajów nadbałtyckich (co szczególnie widać po dużym zainteresowaniu Gdańskiem i województwem pomorskim wśród uczestników targów CONVENT w Wilnie dedykowanych właśnie krajom położonym nad Bałtykiem). Każde zorganizowane targi, kongres, czy też spotkanie motywacyjne pozwalają na skuteczną promocję miasta i regionu, jak również na efektywne wykorzystanie istniejącej bazy hotelowej i konferencyjnej oraz jej dalszy rozwój.

Wydatki uczestników spotkań biznesowych stanowią ważny czynnik warunkujący znaczenie przemysłu spotkań jako sektora gospodarki narodowej. Według ICCA – największego na świecie stowarzyszenia zrzeszającego branżę przemysłu spotkań, dochód z wydatków uczestników międzynarodowych konferencji organizowanych przez stowarzyszenia w latach 2008 – 2012 wyniósł globalnie 56,4 mld USD. Według raportu statystycznego ICCA opublikowanego z okazji 50. lecie istnienia stowarzyszenia, średnie dzienne wydatki w przeliczeniu na 1 uczestnika konferencji w roku 2012 wyniosły 678 USD (gdzie 22% to wydatki związane z opłatą rejestracyjną).

Przyjmując tę kwotę, na podstawie danych zebranych przez GCB/GOT w roku 2013 oraz przy następujących założeniach:

- ✓ bierzemy pod uwagę wyłącznie kategorię kongresy/konferencje,
- ✓ organizatorem było stowarzyszenie,
- ✓ spotkanie miało charakter międzynarodowy,
- ✓ liczba uczestników spotkania była >50,
- ✓ spotkanie trwało min. 3 dni,

można oszacować, iż jedna międzynarodowa konferencja zorganizowana w Gdańsku, w której uczestniczyło 413 delegatów (średnia liczba uczestników międzynarodowych organizowanych przez stowarzyszenia) wygenerowała dochód w wysokości **840 042 USD** (678 USD x 3 dni x 413 uczestników).

Tabela 19. Liczba spotkań krajowych i międzynarodowych w województwie pomorskim w latach 2009 – 2013

ROK	SPOTKANIA KRAJOWE	SPOTKANIA MIĘDZYNARODOWE
2009	1 346	88
2010	3 168	52
2011	4 828	258
2012	4 573	525
2013	6 351	832
RAZEM	20 266	1 755

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GCB/GOT.

fot.: Gdańsk Convention Bureau/Alante
Uniwersytet Gdański



Do obliczenia wpływu ekonomicznego turystyki biznesowej może również posłużyć wskaźnikiem Poland Convention Bureau POT („Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce 2013”), według którego wydatki (poza opłatą dla organizatora) poniesione przez uczestników konferencji, która trwała średnio 3 dni*, wyniosły 791 zł na osobę. Przyjmując tę kwotę, na podstawie danych zebranych przez Gdańsk Convention Bureau GOT w roku 2013 oraz przy następujących założeniach:

- ✓ bierzemy pod uwagę wyłącznie kategorię kongresy/konferencje,
- ✓ spotkanie trwało 1 dzień
(czyli wydatki wyniosły $791/3 = 263$ zł na osobę).

Można oszacować, iż uczestnicy 3 607 spotkań spełniających powyższe założenia, łącznie wydali w województwie pomorskim **117 426 344** PLN ($263 \text{ zł} \times 1 \text{ dzień} \times 446\,488 \text{ uczestników}$).

Chcąc obliczyć dochody z samych noclegów, z których korzystają turyści biznesowi można przyjąć za Poland Convention Bureau POT jako średni koszt noclegu 300 zł. Przy 2 809 spotkaniach biznesowych o zasięgu ogólnopolskim i międzynarodowym oraz przyjęciu założenia, że każdy z 405 994 uczestników skorzystał tylko z jednego noclegu, łączna kwota wydana na noclegi wynosi **121 798 200** PLN.

Powyższe kwoty wskazują na to, jak znaczący wpływ ekonomiczny na rozwój miast i regionów ma przemysł spotkań. Co również warto podkreślić, duże wydatki turystów biznesowych są związane m.in. z noclegami w wysoko kategoryzowanych hotelach (cztero oraz pięciogwiazdkowych), korzystaniem z głównie tradycyjnych linii lotniczych (często w biznes klasie) i generalnie przywiązaniem do wysokiej jakości, często ekskluzywnych usług.

* Liczba noclegów jest niższa, gdyż dzień pobytu w danym miejscu nie musi oznaczać korzystania z noclegu.

ZAKOŃCZENIE

Rynek spotkań biznesowych stale umacnia swoją pozycję ważnego sektora gospodarki narodowej. Świadczy o tym stały, stabilny wzrost ogólnej liczby spotkań (w Polsce liczba spotkań biznesowych wzrosła z 4 000 w 2009 roku do 22 300 w 2012 roku) oraz przychodów, jakie wygenerowali ich uczestnicy. Popularność konferencji, targów, czy też spotkań motywacyjnych jest związana bezpośrednio ze znajomością najnowszych trendów tego zróżnicowanego przemysłu oraz ich efektywnym wdrażaniem przez organizatorów. Wymaga to od wszystkich podmiotów zaangażowanych w proces przygotowania spotkań zarówno bezpośrednio (organizatorów i dostawców usług, np. hotelowych, gastronomicznych, transportowych), jak i pośrednio (władze lokalne i samorządowe, organizacje turystyczne, convention bureaux), podejmowania działań mających na celu stałe doskonalenie i wzmacnianie jakości organizowanych wydarzeń. Ponadto, chcąc sprostać zmieniającym się oczekiwaniom uczestników spotkań biznesowych, ich organizatorzy powinni nie tylko kreować nowe spotkania, ale także umiejętnie integrować je z różnymi produktami turystycznymi dostępnymi w danej destynacji, tworząc kompleksową ofertę. Należy przy tym pamiętać, iż zlecniodawcy ze względu na ograniczone budżety na organizację spotkań coraz częściej poszukują nowych, konkurencyjnych cenowo destynacji (co daje szansę m.in. secondary cities – miastom nie będącym stolicami, takim jak Gdańsk). Wśród pozostałych trendów rozwoju przemysłu spotkań, które niezmiennie od kilku lat są stopniowo realizowane także w województwie pomorskim, należy wymienić:

- ✓ wzrost znaczenia niewielkich, specjalistycznych imprez targowych i wystawienniczych,
- ✓ rosnące znaczenie tzw. *unique venues*, jako obiektów wykorzystywanych do organizacji wydarzeń biznesowych,
- ✓ wykorzystywanie nowoczesnych technologii w procesie organizacji spotkania (w tym przede wszystkim urządzeń mobilnych oraz mediów społecznościowych),

- ✓ organizowanie wydarzeń tzw. hybrydowych, łączących różne kategorie spotkań biznesowych (np. konferencja z wystawą, targi z kongresem, spotkanie motywacyjne ze szkoleniem).

Należy podkreślić, iż spotkania biznesowe potwierdzają swoją przydatność w zmieniającej się sytuacji gospodarczej kraju i regionu. Jednak będą także wymagały stosownych inwestycji (w tym m.in. przystosowania największych obiektów konferencyjnych do możliwości organizacji od kilkunastu do nawet kilkudziesięciu równoległych spotkań, inwestycji związanych z jakością i możliwościami sprzętu audiowizualnego oraz dostępnością do szybkiego, bezpłatnego Internetu i innych), gdyż dalszy ich rozwój może napotkać na barierę infrastrukturalną. Ponadto kluczowym jest profesjonalizm ich organizatorów. Spotkania trzeba traktować jako wspólny obszar interesów organizatora, uczestników oraz destynacji. Właściwej współpracy pomiędzy tymi podmiotami w województwie pomorskim służą liczne działania podejmowane przez Gdańsk Convention Bureau GOT. Działania te są także odpowiedzią na ogólnoswiatowe trendy rozwoju tej branży. Poprzez prowadzenie systematycznych badań i monitorowanie rynku, GCB/GOT ułatwia skuteczne dostosowywanie ofert do oczekiwań uczestników spotkań. Ponadto, z wykorzystaniem nowoczesnych technologii (portal internetowy www.gdanskconvention.pl, aplikacja GCB eEVENT), stworzyło swoistą platformę wiedzy i informacji dot. rynku spotkań w województwie pomorskim, która jest niezwykle przydatna zarówno dla organizatorów spotkań, jak i ich uczestników. Pośrednicząc między potencjalnymi zlecniodawcami spotkań a ich organizatorami czynnie wspierają procesy kreowania spotkań dopasowanych do indywidualnych potrzeb klienta. GCB/GOT dba o stały wzrost jakości organizowanych w województwie pomorskim spotkań poprzez prowadzenie szkoleń i prezentacji dobrych praktyk dla organizatorów wydarzeń biznesowych (Trójmiejska Akademia Organizatorów Spotkań Biznesowych), a także opracowało system rekomendacji ich usług (lista rekomendowanych PCO – Profesjonalnych Organi-

zatorów Kongresów). Gdańsk Convention Bureau GOT jest aktywnym uczestnikiem wielu specjalistycznych targów i wydarzeń branżowych o charakterze międzynarodowym, które to działanie przekłada się bezpośrednio na wzrost zainteresowania Gdańskiem jako destynacji spotkań biznesowych (np. EIBTM w Barcelonie, IMEX we Frankfurcie czy CONVENTE w Wilnie). Ponadto, na arenie regionalnej i krajowej GCB/GOT jest organizatorem i/lub bierze udział w przedsięwzięciach stymulujących kreatywność i przedsiębiorczość w wykorzystywaniu dostępnych szans i potencjałów pomorskiego rynku spotkań (np. Kongres „Smart Metropolia” organizowany w Gdańsku). W 2014 roku Gdańsk Convention Bureau GOT we współpracy z lokalną branżą (m.in. Gdańską Agencją Rozwoju Gospodarczego) rozpocznie Program Honorowych Ambasadorów Kongresów dedykowany korporacjom, którego celem będzie zwiększenie ilości spotkań biznesowych organizowanych w Gdańsku, Gdyni, Sopocie i Regionie przez międzynarodowe korporacje. Również w 2014 roku zorganizowany zostanie study tour dla czołowych polskich agencji eventowych, podczas którego goście będą mieli okazję odwiedzić nowe miejsca na konferencyjnej mapie Trójmiasta i Regionu, w tym Europejskie Centrum Solidarności w Gdańsku czy Gdański Teatr Szekspirowski (ostatnie takie spotkanie odbyło się w 2012 roku). Jednym z najważniejszych projektów, które Gdańsk Convention Bureau GOT będzie realizowało w 2014 roku będą badania wydatków uczestników kongresów, konferencji i innych spotkań biznesowych w województwie pomorskim. Na potrzeby badania, we współpracy z lokalnym środowiskiem naukowym, opracowana zostanie ankieta oraz metodologia badań.

Aby utrzymać wysoką pozycję Gdańska i województwa pomorskiego jako destynacji konferencyjnej konieczna będzie przede wszystkim ścisła współpraca pomiędzy decydentami miast Gdańska, Gdyni, Sopotu oraz województwa pomorskiego, lokalną i regionalną branżą, a także Gdańsk Convention Bureau GOT. Przede wszystkim, należy kontynuować działania promujące województwo pomorskie jako destynację konferencyjną pod rozpoznawalną marką Gdańska (na co wyraźnie wskazują prowadzone przez GCB/GOT badania statystyczne). Polami do zintegrowanych działań mogłyby być wspólny udział przedstawicieli pomorskiej branży i Gdańsk Convention Bureau GOT w wydarzeniach, takich jak targi biznesowe. Partycypacja kilku podmiotów w zakupie powierzchni i zabudowy wystawienniczej z jednej strony zmniejszyłaby koszt udziału w podobnych wydarzeniach, z drugiej strony dałaby możliwość bardziej kompleksowej promocji regionu. Współpraca powinna dotyczyć również m.in. wspólnej organizacji wizyt studyjnych dla dziennikarzy branżowych oraz czołowych krajowych i zagranicznych firm eventowych, tak aby maksymalnie wykorzystać ich obecność w Gdańsku do zaprezentowania oferty konferencyjnej również Sopotu, Gdyni oraz pozostałej części województwa pomorskiego. Bardziej efektywnemu działaniu na rzecz promocji Gdańska i województwa pomorskiego sprzyjałoby również większe zaangażowanie sopockiej, gdyńskiej i szerzej pomorskiej branży w spotkania organizowane przez Gdańską Organizację Turystyczną/Gdańsk Convention Bureau (np. Gdańskie Forum Turystyki, szkolenia w ramach Trójmiejskiej Akademii Organizatora Spotkań Biznesowych i inne).

ŹRÓDŁA:

<http://www.poland-convention.pl/>
http://dtxqtq4w60xqpww.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/am_8_meetings_ing-red.pdf
http://www.gdanskconvention.pl/upload/files/Gdansk_Property%20Forum%202014_prezentacja%20Horwath%20HTL.pdf
<http://www.gdanskconvention.pl/upload/files/Gdansk%20Convention%20Bureau%20Statistical%20Report%202013.pdf>

<http://polfair.pl/rola-targow>
http://storage.pot.potsite.pl/data/PDF/PCB_Raport2013/
<http://view.pagetiger.com/EIBTMTrendsWatchReport2013>
<http://www.metropoliagdansk.pl/>
<http://www.port.gdynia.pl/pl>

SŁOWNICZEK POJĘĆ

Turystyka biznesowa – sektor podróży służbowych; produktami turystyki biznesowej są:

- ✓ spotkania (konferencje, szkolenia, kongresy, itp.),
- ✓ wydarzenia motywacyjne,
- ✓ targi i wystawy,
- ✓ wydarzenia korporacyjne.

BRANŻA

medyczna – spotkania związane z naukami medycznymi w tym: stomatologią, farmacją, zdrowiem publicznym, fizjoterapią, diagnostyką laboratoryjną

techniczna – spotkania związane z architekturą i urbanistyką, automatyką i robotyką, biocybernetyką, budownictwem, elektroniką, elektrotechniką, geodezją i kartografią, górnictwem, inżynierią, technologią, chemią, transportem itp.

informatyczno-komunikacyjna – spotkania i wydarzenia związane z dyscypliną naukową i techniczną zajmującą się przetwarzaniem informacji, w tym technologiami przetwarzania informacji, technologiami wytwarzania systemów przetwarzających informacje oraz systemami komunikacji, komunikacją oraz jej pochodnymi

ekonomiczno-polityczna – spotkania związane z ekonomią, polityką, finansami, bankowością, naukami o zarządzaniu, towaroznawstwem

humanistyczna – spotkania związane z kulturą, sztuką, jak historia sztuki, filologia, muzykologia, etyka, filozofia, oraz te związane ze społeczeństwem, jak historia, archeologia, socjologia, psychologia, antropologia itp.

RODZAJ GRUPY

instytucja rządowa/organizacja publiczna grupa ta obejmuje: urzędników państwowych, osoby mianowane i wybrane do pełnienia funkcji publicznych oraz dostawców usług dla jednostek administracji rządowej i samorządowej

stowarzyszenie/organizacja non profit – zorganizowana w oparciu o członkostwo grupa osób i/lub spółek o zbieżnej tożsamości, zainteresowaniach lub celach. Stowarzyszenia istnieją w celu realizacji potrzeb swoich członków. Obejmują m.in.: stowarzyszenia zawodowe, handlowe, akademickie, kulturalne, sportowe i pracownicze [związki zawodowe]. Zwykle są to organizacje typu non-profit, które istnieją po to, by świadczyć usługi innym i której członkowie nie mogą czerpać korzyści majątkowych z jej przychodów netto (termin ten obejmuje organizacje pozarządowe (NGO), kościoły, szpitale, szkoły wyższe, biblioteki, fundacje, instytucje dobroczynne i grupy inicjatywne)

przedsiębiorstwo – każda firma nastawiona na zysk, która oferuje usługi lub produkty swoim klientom

RODZAJ SPOTKANIA

konferencja/kongres – ogólnie ujmując są to zebranie osób spotykających się we wspólnym celu z dyskusjami i wymianą bądź udostępnianiem informacji. Mogą być dostępne dla wszystkich lub ograniczone dla konkretnych odbiorców

targi/wystawa – duże wydarzenia o dowolnej tematyce, zazwyczaj odbywające się na terenie obiektów targowych

wydarzenie motywacyjne – w tym podróże, wyjazdy motywacyjne o charakterze gratyfikacyjnym, uznaniowym

wydarzenie korporacyjne – wydarzenie firmowe ze szczególnym zwróceniem uwagi na szkolenia, warsztaty, konferencje prasowe, premiery produktów

OBIEKT

centrum wystawiennicze/kongresowe – centrum wystawiennicze/kongresowe wybudowane w konkretnym celu, które nie posiada miejsc noclegowych

hotel – hotel z salami konferencyjnymi. Miejsca noclegowe są zapewnione i udostępniane wraz z salami spotkań.

obiekt / sala na specjalne wydarzenie – obiekt/sala na specjalne wydarzenia (bez miejsc noclegowych) z salami konferencyjnymi. Może to być obiekt wybudowany lub przebudowany na potrzeby wydarzeń specjalnych (restauracja, bar, obiekt filmowy, park publiczny, zamek, obiekt sportowy, itp.). Nie wlicza się

tu centrów wystawienniczych/kongresowych wybudowanych w konkretnym celu

szkoła wyższa – szkoła wyższa z salami konferencyjnymi. Instytucja edukacyjna z miejscami noclegowymi lub bez (zakwaterowanie w akademikach)

WYKAZ TABEL

Tabela 1. Liczba skategoryzowanych hoteli w województwie pomorskim (stan na 31 grudnia 2013 roku)

Tabela 2. Liczba miejsc noclegowych w skategoryzowanych obiektach w Gdańsku, Gdyni i Sopocie (stan na 30 marca 2013 roku)

Tabela 3. Liczba spotkań biznesowych na terenie województwa pomorskiego w roku 2013

Tabela 4. Liczba spotkań biznesowych w województwie pomorskim według zasięgu w 2013 roku

Tabela 5. Liczba spotkań biznesowych w województwie pomorskim według kategorii spotkania w 2013 roku

Tabela 6. Liczba spotkań biznesowych w województwie pomorskim w roku 2013 według kategorii spotkań i rodzaju obiektu w 2013 roku

Tabela 7. Liczba spotkań biznesowych w województwie pomorskim według rodzaju obiektu i lokalizacji w 2013 roku

Tabela 8. Liczba uczestników spotkań biznesowych w województwie pomorskim według lokalizacji w 2013 roku

Tabela 9. Liczba uczestników spotkań biznesowych w województwie pomorskim według zasięgu w 2013 roku

Tabela 10. Liczba uczestników spotkań biznesowych w województwie pomorskim według kategorii spotkania w 2013 roku

Tabela 11. Liczba uczestników spotkań biznesowych w województwie pomorskim według kategorii spotkania i lokalizacji w 2013 roku

Tabela 12. Liczba uczestników spotkań biznesowych w województwie pomorskim według rodzaju obiektu w 2013 roku

Tabela 13. Czas trwania spotkań biznesowych w województwie pomorskim według kategorii w 2013 roku

Tabela 14. Liczba spotkań biznesowych w województwie pomorskim według tematyki w 2013 roku

Tabela 15. Liczba spotkań biznesowych w województwie pomorskim według grupy uczestników w 2013 roku

Tabela 16. Liczba spotkań biznesowych w województwie pomorskim według tematyki i grupy uczestników w 2013 roku

Tabela 17. Liczba spotkań biznesowych w województwie pomorskim w latach 2009 – 2013

Tabela 18. Liczba uczestników spotkań biznesowych w województwie pomorskim w latach 2009 – 2013

Tabela 19. Liczba spotkań krajowych i międzynarodowych w województwie pomorskim w latach 2009 – 2013

WYKAZ RYSUNKÓW

Rysunek 1. Mapa bezpośrednich połączeń lotniczych z Portu Lotniczego im. Lecha Wałęsy w Gdańsku (stan na 25 kwietnia 2014 roku)

Rysunek 2. Liczba miejsc konferencyjnych w układzie teatralnym w województwie pomorskim (stan na grudzień 2013 roku).

Rysunek 3. Struktura rynku spotkań biznesowych w województwie pomorskim w 2013 roku

Rysunek 4. Liczba spotkań biznesowych w województwie pomorskim według kategorii w 2013 roku

Rysunek 5. Struktura spotkań biznesowych w województwie pomorskim według rodzaju obiektu w 2013 roku

Rysunek 6. Struktura rynku spotkań biznesowych w województwie pomorskim według liczby uczestników w 2013 roku

Rysunek 7. Średnia liczba uczestników spotkań biznesowych w województwie pomorskim według kategorii spotkania w 2013 roku

Rysunek 8. Liczba uczestników spotkań biznesowych w województwie pomorskim według kategorii spotkania w 2013 roku

Rysunek 9. Struktura spotkań biznesowych w województwie pomorskim według czasu trwania w 2013 roku

Rysunek 10. Sezonowość liczby spotkań biznesowych w województwie pomorskim w 2013 roku

Rysunek 11. Sezonowość liczby spotkań biznesowych w województwie pomorskim według lokalizacji w 2013 roku

Rysunek 12. Liczba spotkań biznesowych w województwie pomorskim według kategorii i tematyki w 2013 roku

Rysunek 13. Liczba spotkań biznesowych w województwie pomorskim według kategorii i grupy uczestników w 2013 roku

Rysunek 14. Liczba spotkań biznesowych w województwie pomorskim w latach 2009 – 2013



Załącznik 1: Wzór ankiety statystycznej obowiązującej w 2013 roku

[illegible]

Załącznik 2: Mapa województwa pomorskiego



Załącznik 3: Mapa Gdańska



© Copyright by „Krzysztof Polus”, e-mail: servismap@wp.pl

Załącznik 4: Mapa Gdyni



Załącznik 5: Mapa Sopotu



KALENDARZ NAJWAŻNIEJSZYCH WYDARZEŃ KRAJOWYCH I ZAGRANICZNYCH ZORGANIZOWANYCH W WOJEWÓDZTWIE POMORSKIM W 2013 ROKU

AMBERIF – 20. Międzynarodowe Targi Bursztynu, Biżuterii i Kamieni Jubilerskich, 20-23 marca, Gdańsk	11. Międzynarodowa Konferencja Zarządzania Informatycznego ICIM, 22-24 maja, Jurata
Transport Week, 5-7 marca, Gdańsk	2nd Nano – IBCT Conference (Nano – scale Insights into Ion Beam Cancer Therapy), 20-24 maja, Sopot
Ogólnopolski Szczyt Energetyczny, 24-25 kwietnia, Gdańsk	35. Międzynarodowy Kongres Europejskiego Stowarzyszenia Przepukliny, 12-15 maja, Gdańsk
IV Ogólnopolska Konferencja Młodych Naukowców, 26 kwietnia, Sopot	European Workshop on Labour Force Survey Methodology, 23-24 maja, Gdańsk
I Forum Regionalne Polska-Chiny, 22 kwietnia, Gdańsk	35 International Congress of the European Hernia Society, 12-15 maja, Gdańsk
GTT – 16. Gdańskie Targi Turystyczne, 12-14 kwietnia, Gdańsk	10. Maritime Systems for Defence, Security and Safety MAST, 4-7 czerwca, Gdańsk
AESOP Heads of School Meeting, 12-14 kwietnia, Gdańsk	TransNav 2013 – 10. Jubileuszowa Międzynarodowa Konferencja Nawigacji Morskiej i Bezpieczeństwa Transportu Morskiego, 19-21 czerwca Gdynia
About Design – 3. Targi Designu i Aranżacji Wnętrz, 10-12 maja 2013, Gdańsk	Baltdentica – XII Gdańskie Forum Stomatologiczne, Bałtycka Wystawa Materiałów i Sprzętu Stomatologicznego, 14-16 czerwca
Konferencja infoShare, 16-17 maja, Gdańsk	V Ogólnopolska Konferencja Naukowa InfoGlobMar 2013, 14 czerwca, Sopot
VI. Międzynarodowa konferencja WoodEMA, 29-31 maja, Gdańsk	ISOTOPES 2013, 16-21 czerwca, Sopot
21. Międzynarodowa Konferencja Naukowa dla Studentów i Młodych Doktorów, 23-25 maja, Gdańsk	6 International Conference on Human System Interaction, 6-8 czerwca, Gdańsk
VIII Pomorskie Forum Przedsiębiorczości, 23 maja, Gdynia	58 General Convention of the European Union of Electrical, 7-12 lipca, Sopot
POLFISH 2013 – 12. Międzynarodowe Targi Przetwórstwa i Produktów Rybnych, 22-24 maja, Gdańsk	15 International Summer School on Crystal, 4-10 sierpnia, Gdańsk
III Europejski Kongres Finansowy, 22-24 maja, Sopot	

14. Międzynarodowe Targi Bursztynu Ambermart,
29-31 sierpnia 2013, Gdańsk

Europejskie Forum Nowych Idei,
25-27 września, Sopot

IV Kongres Aktywności Mobilności,
12-13 września, Gdańsk

Międzynarodowe Targi Morskie BALTEXPO,
3-5 września, Gdańsk

Międzynarodowe Targi Kolejowe TRAKO,
24-27 września, Gdańsk

th EuroSymposium on Systems Analysis and
Design, 26 września, Sopot

Bałtycki Kongres Marketingu Sportowego BKMS,
19-20 września, Gdańsk

21st IMEKO TC-2 Symposium „Photonics
in Measurement”, 16-19 września, Gdańsk

VII Konferencja Naukowo-Szkoleniowa Rak Płuca
2013, Torakoneptunalia 2013,
12-14 września, Gdańsk

21 Symposium on Photonics in Measurements,
16-18 września, Gdańsk

The Eight International Conference on Vibration
Engineering and Technology of Machinery,
3-7 września, Gdańsk

Targi Techniki Przemysłowej, Nauki i Innowacji
Technicon – Innowacje 2013,
24-25 października, Gdańsk

Jubileuszowa Konferencja Shell Structures:
Theory and Applications 2013,
16 – 18 października, Gdańsk

Bioinnovation & ScanBalt Forum 2013,
16-18 października, Gdańsk

XIII Międzynarodowe Forum Gospodarcze,
11 października, Gdynia

III Pomorski Kongres Project Management
– Oblicza Project Management,
4 października, Gdańsk

Kongres Smart Metropolia,
21-22 listopada, Gdańsk

Międzynarodowa Konferencja Rozwoju
Przedsiębiorczości i Innowacji Venture Day,
19 listopada, Gdańsk

Blog Forum Gdańsk, 16-17 listopada, Gdańsk

fot.: Gdańsk Convention Bureau/Alante
Model żaglowca na tle kamienic na Głównym Mieście w Gdańsku



The Main Town Hall in Gdansk
fot.: Gdańsk Convention Bureau/Alante





Gdańsk Convention Bureau/Gdańska Organizacja Turystyczna

ul. Długi Targ 28/29, 80-830 Gdańsk

Tel.: (+48) 58 300 06 59

convention@gdanskconvention.pl

www.gdanskconvention.pl