

Krzysztof Celuch  
Szkoła Główna Turystyki i Rekreacji – Warszawa

## **Obiekty dziedzictwa kulturowego jako miejsca konferencyjne – próba analizy**

### **Streszczenie**

W latach 2001-2013 w Polsce powstało kilkanaście organizacji Convention Bureau, zajmujących się promocją i marketingiem regionów pod kątem pozyskiwania spotkań biznesowych. Wielokrotnie impuls pojawił się przez zaangażowanie obiektów dziedzictwa kulturowego jako miejsc do organizacji konferencji. Celem rozważań jest pokazanie, że działania Convention Bureau wspólnie z obiektami pozwalają wzmocnić pozycję poszczególnych regionów turystycznych.

**Słowa kluczowe:** przemysł spotkań, Convention Bureau, konferencje.

### **Wstęp**

Głównym celem analizy obiektów dziedzictwa kulturowego jako miejsc konferencyjnych było ukazanie ich potencjału oraz możliwości, dzięki którym mogą gościć kongresy, konferencje i spotkania korporacyjne na terenie Polski w poszczególnych regionach. Bardzo często odgrywają one kluczową rolę, ponieważ w danym regionie nie funkcjonują specjalistyczne jednostki zajmujące się promocją i marketingiem pod kątem turystyki biznesowej. Zazwyczaj każdy z regionów posiada zestawienie obiektów turystycznych, jednak nie wszędzie funkcjonują zestawienia obiektów konferencyjnych.

Poniższe dane obrazują próbę wykonaną na bazie katalogu przygotowywanego przez Poland Convention Bureau Polskiej Organizacji Turystycznej. Ukazane dane są jedną z pierwszych prób i zaledwie zaczątkiem do dyskusji, jednak już teraz wyniki niektórych zmiennych udowadniają, iż wybrane regiony w Polsce stwarzają możliwość większego rozwoju na arenie promocji i marketingu turystyki biznesowej.

### **Metoda i próba badawcza**

Analiza jest oparta na normach przyjętych w studium dotyczącym turystyki związanej ze spotkaniami „Measuring the Economic Importance of the Meetings Industry Developing a Tourism Satellite Account Extension”, opracowanym przez Światową Organizację Turystyki (UNWTO) oraz członków afiliowanych. Zgodnie z normami UNWTO, w opracowaniach statystycznych są brane pod uwagę spotkania i wydarzenia spełniające takie warunki, jak: udział minimum 10 uczestników, czas trwania co najmniej pół dnia, tj. cztery go-

dziny i więcej, miejsce (obiekt), w którym odbywa się spotkanie zostało opłacone specjalnie w tym celu.

Badanie objęło obiekty prowadzone zgodnie z przyjętymi międzynarodowymi wytycznymi dotyczącymi spotkań i wydarzeń, w tym:

- konferencji/ kongresów – międzynarodowych spotkań stowarzyszeń (*association meetings*) bez wyraźnego podziału na spotkania rządowe i pozarządowe (*governmental, non-governmental meetings*);
- wydarzeń korporacyjnych – wydarzeń firmowych (*corporate events*) ze szczególnym zwróceniem uwagi na szkolenia, warsztaty, seminaria, konferencje prasowe, premiery produktów;
- wydarzeń motywacyjnych, w tym podróży, wyjazdów motywacyjnych o charakterze gratyfikacyjnym, uznaniowym;
- targów/wystaw – dużych wydarzeń o dowolnej tematyce, zazwyczaj odbywających się na terenie obiektów targowych.

Założenia i cele zostały zweryfikowane na podstawie analizy ilościowej oraz ujęte również w podziale na województwa, zgodnie z kilkoma wyznacznikami. Spotkania i wydarzenia, w tym konferencje, zostały ujęte w kontekście branżowym, mieszcząc się w następujących grupach tematycznych: humanistyczne, technologiczne, informatyczno-komunikacyjne, ekonomiczno-polityczne oraz medyczne. Przez powyższe grupy należy rozumieć:

- humanistyczne – spotkania i wydarzenia związane z naturą, sztuką (historia sztuki), filologią, muzykologią, etyką, filozofią, oraz te związane ze społeczeństwem, jak historia, archeologia, socjologia, psychologia i antropologia;
- technologiczne – spotkania i wydarzenia związane z architekturą i urbanistyką, automatyką i robotyką, biocybernetyką, budownictwem, elektroniką, elektrotechniką, geodezją i kartografią, górnictwem, inżynierią, technologią chemiczną, transportem;
- informatyczno-komunikacyjne – spotkania i wydarzenia związane z dyscypliną naukową i techniczną zajmującą się przetwarzaniem informacji, a w tym technologiami przetwarzania informacji, technologiami wytwarzania systemów przetwarzających informacje oraz systemami komunikacji, komunikacją oraz jej pochodnymi;
- ekonomiczno-polityczne – spotkania i wydarzenia związane z ekonomią, polityką, finansami, naukami o zarządzaniu, towaroznawstwem;
- medyczne – spotkania i wydarzenia związane z naukami medycznymi w tym: stomatologią, farmacją, zdrowiem publicznym, fizjoterapią, diagnostyką laboratoryjną, technologią medyczną, biologią medyczną, biogerontologią.

Zakres podmiotowy analizy objął obiekty obiektów określane jako obiekty dziedzictwa kulturowego, natomiast przyjętymi kryteriami analizy spotkań i wydarzeń były:

- możliwa liczba uczestników w konferencji w danym obiekcie,
- wielkość sali oraz charakterystyka zakwaterowania,

- lokalizacja,
- charakter obiektu.

W celu uzyskania informacji przygotowano wzór ankiety, który jest wykorzystywany przez organizacje Convention Bureau w Polsce. Zbieranie danych do ankiet odbywało się w okresie od 1 czerwca do 1 sierpnia 2013 roku.

Zakres przedmiotowy badania objął obiekty, które miały możliwość gościć spotkania i wydarzenia zgodnie z określonymi wytycznymi, w tym m.in.:

- hotele,
- centra konferencyjno-targowe,
- uczelnie wyższe wynajmujące sale (w celu organizacji spotkań),
- obiekty kulturalne wynajmujące sale (w celu organizacji spotkań),
- obiekty historyczne (zamki, pałace, dwory),
- inne.

Zakres przedmiotowy analizy objął obiekty w 16 województwach, natomiast kwestionariusz ankietowy został przesłany do 80 obiektów konferencyjnych wybranych z katalogu *Unique venues in Polska* i związanych z regionalnym lub narodowym dziedzictwem kulturowym. Sześćdziesiąt obiektów odpowiedziało, co daje 75% zwrot odpowiedzi w skali całego badania. Mimo tak wysokiego współczynnika analizowane obiekty stanowią jedynie fragment wszystkich, które mają możliwość koordynacji spotkań i wydarzeń związanych z przemysłem spotkań. Natomiast jest to pierwsza próba dotycząca uzyskania informacji od obiektów z większości województw w Polsce.

## **Charakterystyka organizacji Convention Bureau w Polsce**

Organizacje zarządzania marketingiem miejsc to podmioty, których analiza odbywa się na wielu płaszczyznach. Uwarunkowania ekonomiczne, rozwój geograficzny czy badanie populacji to zaledwie wybrane czynniki, które z punktu widzenia destynacji są istotne. Struktura i charakter podmiotów promujących polską turystykę biznesową jest złożona i mimo dziesięcioletniego doświadczenia możemy ją określić jako wschodzącą. Bo tak naprawdę, czy możemy określić czym jest Convention Bureau w języku polskim, jak nazwać tego rodzaju podmiot i czym się zajmuje?

Wiek XXI dostarcza wielu wyzwań zarówno z punktu widzenia rozwoju gospodarek światowych, jak i aspektów czysto ludzkich dotyczących codziennych działań i zmagania w życiu prywatnym i zawodowym. Biorąc pod uwagę rozwój turystyki biznesowej w poszczególnych regionach coraz istotniejszą rolę ogrywają podmioty związane zarówno z administracją rządową, jak i samorządową. To właśnie jednostki promujące destynacje pod kątem rozwoju turystyki biznesowej w świetle procesów globalizacyjnych odgrywają coraz istotniejszą rolę.

Jednym z ważnych kroków rozwoju polskiego przemysłu spotkań na tle rozwoju światowej turystyki biznesowej okazało się powołanie jednostek Convention Bureau służących do promocji poszczególnych miejsc jako atrakcyjnych miejsc spotkań i wydarzeń biznesowych. Rozważania na temat promocji przemysłu spotkań przez miejskie jednostki warto rozpocząć od określenia, w jaki sposób podobne działania są definiowane.

Interpretacje związane z nazewnictwem, jak i merytoryczne rozważania na temat zakresu działalności są bardzo różne, natomiast warto przy tej okazji przytoczyć jedną z pierwszych definicji Convention Bureau, która została zaprezentowana na łamach publikacji Stowarzyszenia Konferencje i Kongresy:

„Convention and Visitor Bureau; Convention Bureau – organizacja non-profit reprezentująca destynacje, zapewniająca profesjonalne wsparcie organizatorom spotkań, konferencji, kongresów. CVB zwykle finansowane są ze składek członkowskich, podatków oraz dotacji samorządowych. Członkami CVB są zwykle organizacje, które dostarczają produkty i usługi organizatorom spotkań (tj. hotelom, restauracjom, PCO itp.) Termin CVB preferowany w USA i Australii, w innych krajach: CB” (Celuch 2005).

Convention Bureau działają na terenie Polski od 2002 roku. Aktualnie (stan na wrzesień 2013 r.) jest dziesięć instytucji działających w: Warszawie, Krakowie, Katowicach, Poznaniu, Wrocławiu, Gdańsku, Bydgoszczy, Kielcach oraz Dolnym Śląsku i jedna obejmująca swym działaniem całą Polskę. Ich charakter jest bardzo podobny, dlatego na podstawie analizy statutów można wymienić główne cele i zadania organizacji promujących dane miasta i regiony:

- wspieranie rozwoju turystyki biznesowej na szczeblu lokalnym, regionalnym i narodowym,
- wypracowanie spójnego i całościowego obrazu danego miasta jako atrakcyjnego dla turystyki biznesowej,
- odpowiadanie na zapytania ofertowe (*request for proposal*),
- organizowanie wizyt studyjnych dla organizatorów spotkań i wydarzeń biznesowych i prasy branżowej,
- prowadzenie rekomendacji organizatorów spotkań i wydarzeń biznesowych,
- opracowanie i wydawanie materiałów promocyjnych związanych z lokalnym przemysłem spotkań,
- prowadzenie statystyk spotkań i wydarzeń biznesowych oraz zbieranie danych od podmiotów zajmujących się obsługą klientów biznesowych,
- tworzenie i aktualizacja baz danych związanych z organizatorami spotkań i wydarzeń biznesowych,
- współpraca z ośrodkami akademickimi,
- udział w międzynarodowych imprezach targowych,
- współpraca z międzynarodowymi organizacjami i stowarzyszeniami,

- zapewnienie profesjonalnego i bezstronnego doradztwa przy organizacji spotkań i wydarzeń biznesowych<sup>1</sup>.

Mimo podobnie brzmiących celów oraz zadań statutowych, charakter i usytuowanie prawne Convention Bureau w Polsce jest różne i w większości zależy od statutów jednostek zajmujących się turystyką i promocją w mieście lub regionie. Wybrane aktywności ukazują, iż ze względu na większość czynników organizacje zajmujące się promocją biznesową miasta czy regionu się różnią.

Zestawienie zostało przygotowane na podstawie indywidualnych wywiadów pogłębionych z dyrektorami poszczególnych organizacji.

## Dziedzictwo kulturowe

Aktualna lista Światowego Dziedzictwa obejmuje 981 obiektów w 160 państwach, w tym 759 obiektów kulturalnych, 193 przyrodnicze i 29 o charakterze mieszanym kulturalno-przyrodniczym. Wszystkie te obiekty, aby być zaliczone do Światowego Dziedzictwa muszą odpowiadać wymogom autentyczności i integralności, określonym w *Wytycznych operacyjnych* do Konwencji UNESCO. Miejsca wpisane na Listę Światowego Dziedzictwa stanowią wspólne dobro ludzkości. Wyróżnia je „najwyższa powszechna wartość” uznana w rozumieniu Konwencji UNESCO z 1972 roku dotyczącej Światowego Dziedzictwa Kulturalnego i Naturalnego.

Według UNESCO, „dziedzictwo kulturalne (cultural heritage/patrimoine culturel) jest pojęciem, które obejmuje coraz szerszy zakres. Zgodnie z Aktem Konstytucyjnym UNESCO, jednym z celów Organizacji jest ochrona „spuścizny książek, dzieł sztuki, zabytków historii i nauki (...)”. Działalność UNESCO w tej dziedzinie przejawiała się w różnych formach. Obecnie dziedzictwo kulturalne w UNESCO umownie dzieli się na dziedzictwo materialne, na które składają się zabytki nieruchome i ruchome oraz dziedzictwo niematerialne, przekazywane przede wszystkim za pomocą przekazu ustnego i tradycji. Dziedzictwo kulturowe jest uważane za ważny czynnik rozwoju społeczno-gospodarczego, środek poszukiwania dróg porozumienia w regionach dotkniętych konfliktami na tle etnicznym lub religijnym oraz za wyraz różnorodności kulturowej krajów i regionów świata” (Polski Komitet ds. UNESCO 1976).

## Obiekty dziedzictwa kulturowego jako miejsca konferencyjne

Przemysł spotkań w całej swej złożoności jest zjawiskiem postrzeganym jako część turystyki lub bezpośrednio jako oddzielna dziedzina gospodarki. Niejednokrotnie na terenie Polski określany jako turystyka biznesowa, w skład której wchodzi zarówno spotkania sto-

<sup>1</sup> Opracowanie własne na podstawie statutów polskich Convention Bureau.

warzyszeń, w tym kongresy czy konferencje, jak i wydarzenia biznesowe, począwszy od podróży motywacyjnych, przez targi czy premiery produktów.

Na potrzeby niniejszego artykułu wszystkie spotkania i wydarzenia określamy jako konferencje, co tym samym sprawia, że analizowane obiekty dziedzictwa kulturowego traktowane są jako miejsca konferencyjne. Wychodząc z tego założenia została określona grupa obiektów, które zostają poddane analizie próbnej. Elementem kluczowym była ich przynależność do obiektów wymienianych przez Poland Convention Bureau Polskiej Organizacji Turystycznej w katalogu *Unique Venues in Polska 2012*.

**Tabela 1**

**Obiekty dziedzictwa kulturowego z zapleczem konferencyjnym w Polsce**

Województwo	Typ obiektu		Położenie obiektu		
	obiekt kulturalny / zabytkowy	hotel	w centrum miasta	w innej części miasta	poza miastem
Dolnośląskie	5	1	2	1	2
Pomorskie	8	1	7	0	1
Kujawsko-pomorskie	4	0	3	1	0
Lubelskie	2	0	1	0	1
Małopolskie	11	1	7	1	3
Mazowieckie	11	1	11	0	0
Podlaskie	3	0	1	1	1
Wielkopolskie	2	0	1	1	0
Zachodniopomorskie	3	1	1	2	0
Warmińsko-mazurskie	4	2	2	0	2
Śląskie	5	0	4	1	0
Łódzkie	2	1	1	1	0
Razem	60	8	41	9	10

Źródło: opracowanie własne.

Analizą jakościową zostało objętych sześćdziesiąt obiektów z dwunastu województw, z czego osiem obiektów kulturalno-zabytkowych jest również traktowanych jako hotele (por. tabela 1). Dwa obiekty zostały umiejscowione w województwie warmińsko-mazurskim, natomiast po jednym obiekcie w województwach: dolnośląskim, pomorskim, małopolskim, mazowieckim, zachodniopomorskim i łódzkim.

Interesującą zmienną z punktu widzenia organizatora wydarzenia biznesowego jest położenie. Wszystkie obiekty zostały sklasyfikowane według trzech lokalizacji. Czterdzieści

jeden obiektów zabytkowych umiejscowionych jest w centrum miasta, w tym najwięcej w województwie mazowieckim (11), małopolskim (7), pomorskim (7). Dziewięć analizowanych obiektów zostało umiejscowionych w innej części miasta, a dziesięć poza miastem.

Takie zestawienie tworzy obraz województwa małopolskiego i mazowieckiego jako kluczowych ze względu na umiejscowienie obiektów kulturalno-zabytkowych. Charakterystyczna jest również ich lokalizacja, ponieważ zdecydowana większość położona jest w centrum miasta.

Kolejną zmienną, na którą warto zwrócić uwagę, jest zestawienie dotyczące liczby miejsc w ustawieniu teatralnym z podziałem na województwa (por. tabela 2). W tym przypadku trzy regiony odgrywają kluczowe role, na czele z województwem śląskim, w którego obiektach w ustawieniu teatralnym może usiąść 9040 delegatów. Kolejne miejsca zajmują województwo pomorskie (8749 miejsc) oraz mazowieckie (8357 miejsc).

**Tabela 2**

**Obiekty dziedzictwa kulturowego z zapleczem konferencyjnym według liczb miejsc**

Województwo	Liczba miejsc w ustawieniu teatralnym
Dolnośląskie	2918
Pomorskie	8749
Kujawsko-pomorskie	2475
Lubelskie	280
Małopolskie	4645
Mazowieckie	8357
Podlaskie	676
Wielkopolskie	700
Zachodniopomorskie	550
Warmińsko-mazurskie	1066
Śląskie	9040
Łódzkie	1059
Razem	40515

Źródło: jak w tabeli 1.

Tak ukazane wyniki dotyczące obiektów dziedzictwa kulturowego z zapleczem konferencyjnych warto podsumować ukazując podłoże historyczne. „Na terenie Górnego Śląska (przed wojną zarówno w Polsce, jak i w Niemczech) powstały obiekty przeznaczone do organizacji zgromadzeń. Niemal w każdym mieście na tym obszarze znajduje się co najmniej jeden taki obiekt. Do najbardziej znanych zaliczyć można: halę widowiskowo-sportową

„Spodek” w Katowicach, Dom Muzyki i Tańca w Zabrze, Górnośląskie Centrum Kultury w Katowicach czy pomieszczenia Międzynarodowych Targów Katowickich. Istotną grupę stanowią obiekty kultury (muzea, kina, teatry), które w XX wieku budowane były przede wszystkim dla spotkań „ludzi pracy”. Budynek te mogą po adaptacji i wyposażeniu w nowoczesne urządzenia multimedialne dzisiaj być wykorzystywane także jako pomieszczenia konferencyjne” (Cieślakowski 2005).

Kolejną zmienną, na którą również warto zwrócić uwagę jest powierzchnia analizowanych obiektów. Również w tym przypadku województwo śląskie znajduje się w czołówce z 19 260,1 m<sup>2</sup>, które przypadają na zaledwie pięć obiektów. Przewodzi natomiast województwo mazowieckie, w którym w jedenastu obiektach można zorganizować konferencję na 22 429 m<sup>2</sup>. Najmniejszą przestrzenią konferencyjną dla delegatów w zaledwie dwóch obiektach dysponuje województwo lubelskie z 100 m<sup>2</sup>.

**Tabela 3**

**Obiekty dziedzictwa kulturowego z zapleczem konferencyjnym według powierzchni (w m<sup>2</sup>)**

Województwo	Powierzchnia
Dolnośląskie	10 493,6
Pomorskie	6 761,3
Kujawsko-pomorskie	2 575,0
Lubelskie	100,0
Małopolskie	5 483,5
Mazowieckie	22 429,0
Podlaskie	336,0
Wielkopolskie	169,0
Zachodniopomorskie	1 190,9
Warmińsko-mazurskie	717,0
Śląskie	19 260,1
Łódzkie	485,0
Razem	70 000,4

Źródło: jak w tabeli 1.

### **Charakterystyka wybranych województw**

W czterech kolejnych tabelach (por. tabela 4, 5, 6, 7) ukazano zestawienia kluczowych z punktu widzenia badanego przedmiotu obiektów według najistotniejszych województw.

Zestawienie próby badawczej sześćdziesięciu obiektów ujętych w katalogu *Unique Venues in Polska* dotyczą województw: pomorskiego, mazowieckiego, małopolskiego i śląskiego. Wybrane w ww. województwach obiekty stanowią ponad połowę wszystkich badanych (35 obiektów). Ich charakter został ukazany ze względu na nazwę obiektu, typ, położenie, powierzchnię sal w m<sup>2</sup> oraz liczbę miejsc w ustawieniu teatralnym. Typ obiektu jest zgodny z oryginalnym podziałem, który widnieje w katalogu źródłowym. Podobnie jest z położeniem.

Poniższa charakterystyka stwarza możliwość zapoznania się z wybranymi obiektami i województwami w sposób szczegółowy, a wnioski z niej płynące ukazane są przez autora w podsumowaniu.

**Tabela 4**

**Obiekty dziedzictwa kulturowego z zapleczem konferencyjnym w województwie pomorskim**

Obiekt	Typ	Położenie	Powierzchnia sal (w m <sup>2</sup> )	Liczba miejsc w ustawieniu teatralnym
Centrum Edukacji i Promocji Regionu w Szymbarku	obiekt kulturalny / zabytkowy, hotel	w lesie	760	650
Warsztat – Przystrzeń Artystyczna Fabryki Batycki	hotel, obiekt kulturalny / zabytkowy	w centrum miasta	630	100
Hala Sportowo-Widowiskowa Gdynia	obiekt kulturalny/ zabytkowy; inny	w centrum miasta	1 072	4 344
Sala BHP Centrum Konferencyjno-Wystawiennicze	obiekt kongresowy / wystawienniczy, obiekt kulturalny / zabytkowy	w centrum miasta	939	400
Muzeum Zamkowe w Malborku – Ośrodek konferencyjny Karwan	obiekt kulturalny / zabytkowy	w centrum miasta	448	365
Centrum Stocznia Gdańska – Centrum Kultury i Biznesu	obiekt kongresowy / wystawienniczy, obiekt kulturalny / zabytkowy	nad rzeką w centrum miasta	2 285	1 180
Gdańskie Centrum Muzyczno-Kongresowe na Ołowiance	obiekt kulturalny/ zabytkowy	w centrum miasta	250	1 410
Muzeum Historyczne Miasta Gdańska Oddział Dwór Artusa	obiekt kulturalny / zabytkowy	w centrum miasta	377	300

Źródło: jak w tabeli 1.

**Tabela 5****Obiekty dziedzictwa kulturowego z zapleczem konferencyjnym w województwie małopolskim**

Obiekt	Typ	Położenie	Powierzchnia sal (w m <sup>2</sup> )	Liczba miejsc w ustawieniu teatralnym
Galeria Sztuki Polskiej XIX wieku w Sukiennicach Oddział Muzeum Narodowego w Krakowie	obiekt kulturalny / zabytkowy	w centrum miasta	1 369	430
Opactwo Benedyktynów w Tyńcu	obiekt kongresowy / wystawienniczy, obiekt kulturalny / zabytkowy, inny	nad rzeką	353	200
Hotel Św. Norberta	obiekt kulturalny / zabytkowy	na wsi	76	135
„Arlina” Projekt Barka	obiekt kongresowy / wystawienniczy, obiekt kulturalny / zabytkowy	nad rzeką	442	100
Muzeum Inżynierii Miejskiej w Krakowie	obiekt kulturalny / zabytkowy	w centrum miasta	540	300
Muzeum Uniwersytetu Jagiellońskiego	obiekt kulturalny / zabytkowy, obiekt akademicki	w centrum miasta	167	70
Zamek Królewski na Wawelu, Centrum Wystawowo-Konferencyjne	obiekt kongresowy / wystawienniczy, obiekt kulturalny / zabytkowy,	w centrum miasta	141	95
Kopalnia Soli „Wieliczka” Trasa Turystyczna Sp. z o.o.	obiekt kulturalny / zabytkowy	w centrum miasta	1 573	1500
Teatr im. Juliusza Słowackiego w Krakowie	obiekt kulturalny / zabytkowy	w centrum miasta	0	570
Willa Decjusza	obiekt kulturalny / zabytkowy, obiekt akademicki	w innej części miasta	822	485
Zamek Królewski w Niepołomicach	hotel, obiekt kulturalny / zabytkowy	w centrum miasta	0	760

Źródło: jak w tabeli 1.

**Tabela 6****Obiekty dziedzictwa kulturowego z zapleczem konferencyjnym w województwie mazowieckim**

Obiekt	Typ	Położenie	Powierzchnia sal (w m <sup>2</sup> )	Liczba miejsc w ustawieniu teatralnym
Pałac Kultury i Nauki	obiekt kongresowy / wystawienniczy, obiekt kulturalny / zabytkowy	w centrum miasta	11 300	2 879
Muzeum Łazienki Królewskie	obiekt kulturalny / zabytkowy	w centrum miasta	370	0
Teatr Wielki – Opera Narodowa	obiekt kulturalny / zabytkowy	w centrum miasta	4 159	2 668
Centrum Nauki Kopernik	obiekt kongresowy / wystawienniczy, obiekt kulturalny / zabytkowy	nad rzeką w centrum miasta	940	250
Le Meridien Bristol	hotel, obiekt kulturalny / zabytkowy	w centrum miasta	630	180
Reduta Banku Polskiego	obiekt kulturalny / zabytkowy, inny	w centrum miasta	360	0
Muzeum Gazownictwa	obiekt kulturalny / zabytkowy	w centrum miasta	1 083	150
Politechnika Warszawska	obiekt kongresowy / wystawienniczy, obiekt kulturalny / zabytkowy, obiekt akademicki	w centrum miasta	809	800
Muzeum Fryderyka Chopina w Warszawie	obiekt kulturalny / zabytkowy	w centrum miasta	1 472	50
Centrum Artystyczne Fabryka Trzciny Sp. z o.o.	obiekt kulturalny / zabytkowy	w centrum miasta	687	1 120
Centralny Basen Artystyczny	obiekt kongresowy / wystawienniczy, obiekt kulturalny / zabytkowy	w centrum miasta	619	260

Źródło: jak w tabeli 1.

Tabela 7

**Obiekty dziedzictwa kulturowego z zapleczem konferencyjnym w województwie śląskim**

Obiekt	Typ	Położenie	Powierzchnia sal (w m <sup>2</sup> )	Liczba miejsc w ustawieniu teatralnym
Zabytkowa Kopalnia Węgla Kamiennego Guido w Zabrze	obiekt kulturalny / zabytkowy	w centrum miasta	605	200
Sala Koncertowa Akademii Muzycznej im. Karola Szymanowskiego w Katowicach	obiekt kulturalny / zabytkowy	w centrum miasta	644	480
Hala Sportowo-Widowiskowa „Spodek”	obiekt kongresowy / wystawienniczy, obiekt kulturalny / zabytkowy	w centrum miasta	15 386	8 000
Skansen Górniczy „Królowa Luiza” oddział Muzeum Górnictwa Węglowego w Zabrze	obiekt kulturalny / zabytkowy	w centrum miasta	725	360
Galeria Szyb Wilson	obiekt kongresowy / wystawienniczy, obiekt kulturalny / zabytkowy, obiekt akademicki	w innej części miasta	1 900	0

Źródło: jak w tabeli 1.

**Podsumowanie**

Powyższa analiza dotycząca obiektów dziedzictwa kulturowego to jedna z pierwszych prób ukazania rynku spotkań i wydarzeń organizowanych w obiektach dziedzictwa kulturowego. Ponad osiemdziesiąt obiektów w pierwszej próbie i sześćdziesiąt dokładnie wyselekcjonowanych z dwunastu województw ukazuje potencjał biznesowych miejsc, które nierzadko określane są jako wyjątkowe. To właśnie takie obiekty wybrano z katalogu *Unique Venues in Polska*.

Autorowi nie udało się dotrzeć do wszystkich regionów w Polsce, natomiast przedstawiona charakterystyka pokazuje, że warto rozpocząć analizę turystyki biznesowej i jej oddziaływania na terenach nie postrzeganych do tej pory jako atrakcyjne dla konferencji czy wydarzeń korporacyjnych. Convention Bureau są jednostkami, których celem statutowym jest promocja obiektów mogących zorganizować konferencję. Skrócona analiza wybranych czterech województw ukazuje możliwości organizacyjne i skłania do pogłębionych badań.

Wartość dodana z wpływów sprzedaży usług hotelowych za rok 2012 wynikająca z raportu przygotowanego przez Poland Convention Bureau Polskiej Organizacji Turystycznej

to ponad 1350 mln złotych, a scharakteryzowany fragment przemysłu spotkań przyczynił się do stworzenia ponad 11 390 miejsc pracy w bazie hotelarskiej w analizowanych miastach (Celuch 2013).

Przedstawiona analiza jakościowa to szacunkowy obraz wybranych obiektów w wybranych województwach, które wyraziły zgodę na przesłanie danych. Zainteresowanie promocją turystyki biznesowej w poszczególnych miastach w Polsce jest coraz większe.

Awans Polski w rankingu organizacji International Congress and Convention Association (ICCA), który ukazuje liczbę zorganizowanych spotkań stowarzyszeń w danej destynacji, o 11 pozycji w roku 2012 w porównaniu z rokiem 2011 to zaledwie jeden przykład rosnącej roli Polski jako miejsca do tworzenia spotkań biznesowych. Natomiast pojawienie się w wyżej wymienionych rankingu miast, które wcześniej nie były notowane to kolejny przykład na tworzenie nowych punktów na światowej mapie miejscowości stawiających na klienta biznesowego.

Przedstawione zestawienie informacji na temat obiektów dziedzictwa kulturowego jako miejsc konferencyjnych ma być przyczynkiem do dyskusji na rozwoju turystyki biznesowej w Polsce, również w miejscach, które do tej pory nie postrzegały tej dziedziny jako atrakcyjnej dla ich regionu. Kluczem do rozwoju każdej destynacji pod kątem biznesowym są dane statystyczne ukazujące potencjał finansowy dla regionu. Analizowane informacje mogą być podstawą do stworzenia wpływu ekonomicznego zorganizowanych spotkań na rozwój lokalnej turystyki, co powinno spowodować zainteresowanie regionów rozwojem i współpracą z lokalną branżą w większym stopniu oraz wspólnych dążeniem do stworzenia jednolitej polityki promocyjnej pod kątem pozyskiwania klienta biznesowego.

## Bibliografia

- Celuch K. (2013), *Raport Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce 2013*, Polska Organizacja Turystyczna, Warszawa.
- Celuch K. (2012), *Raport Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce 2012*, Polska Organizacja Turystyczna, Warszawa.
- Celuch K. (2005), *Turystyka biznesowa. Produkt i promocja*, Stowarzyszenie Konferencje i Kongresy w Polsce, Warszawa.
- Cieślakowski K. (2005), *Industrializacja Górnego Śląska jako czynnik rozwoju turystyki biznesowej* (w:) Burzyński T., Łabaj M., *Dziedzictwo przemysłowe jako atrakcyjny produkt dla turystyki i rekreacji. Doświadczenia krajowe i zagraniczne*, Urząd Miejski w Zabrze, Katowice.
- Convention Industry Council (2005), *APEX Industry Glossary, The glossary of the meetings, conventions and exhibitions industry*, Alexandria, VA, USA.
- Davidson R., Cope B. (2003), *Business Travel: Conferences, Incentive Travel, Exhibitions, Corporate Hospitality and Corporate Travel*, Pearson Education, Harlow.
- GUS (2013), *Bank Danych Lokalnych*, Warszawa.
- Organizacja Narodów Zjednoczonych (1995), *Terminologia turystyczna*. Zalecenia WTO, ONZ-WTO, UKFiT, Warszawa.

- Polski Komitet ds. UNESCO (1972), *Konwencja w sprawie ochrony światowego dziedzictwa kulturowego i naturalnego UNESCO*, Polska Rzeczpospolita Ludowa, Warszawa
- Rogers T. (2008), *Conferences and Conventions: a global industry*, Butterworth Heinemann, Oxford.
- Unique Venues in Polska (2012), Polska Organizacja Turystyczna, Warszawa.
- UNWTO (2006), *Measuring the Economic Importance of the Meetings Industry. Developing a Tourism Satellite Account*, Madrid.
- Wallace E. (2008), *The Convention Industry Council Manual*, Convention Industry Council, Washington.

## **Cultural Heritage Places as Conference Venues – An Attempt to Carry out an Analysis**

### **Summary**

The Polish meetings and events industry is every year stronger and more important for local authorities. Regions without Convention Bureaux in Poland are more focused on bringing meetings to their regions and would like to improve the role of corporate events and associations congresses in particular regions.

The collection of data from several Polish voivodeships proved that there is a possibility to host such events in the regions which were noticed as attractive before. Local heritage venues have conference facilities. Some of them are even conference hotels. The survey carried out among sixty unique venues from twelve voivodeships proves a huge potential and many possibilities for professional meeting planners.

It should be noted that some numbers are first numbers ever collected from regions which soon will be discovered as meetings destinations.

**Key words:** meetings industry, Convention Bureau, conferences.

© All right reserved

Afiliacja:

dr Krzysztof Celach

Szkoła Główna Turystyki i Rekreacji

ul. Stokłosy 2

02-787 Warszawa

tel.: 22 45 72 420

e-mail: k.celuch@vistula.edu.pl