

Sylwia Górecka

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Wydział Gospodarki Międzynarodowej,
Katedra Zarządzania Międzynarodowego
sylwia.gorecka@phd.ue.poznan.pl

WYŻSZA UCZELNIA JAKO PODMIOT NA MIEJSKIM RYNKU SPOTKAŃ. PRZYKŁAD UNIwersYTETU EKONOMICZNEGO W POZNANIU

Streszczenie: Jednym z obszarów aktywności pracowników wyższych uczelni jest uczestnictwo w konferencjach i sympozjach naukowych odbywających się poza siedzibami tych uczelni, a także organizacja tego typu wydarzeń i występowanie w roli ich gospodarzy. W ten sposób wyższe uczelnie można traktować jako podmioty na rynku spotkań, a ich potencjał rynkowy można rozpatrywać zarówno od strony popytowej (wyjazdy pracowników), jak i podażowej (wyższa uczelnia jako dostawca infrastruktury konferencyjnej oraz organizator konferencji). Artykuł dotyczy międzynarodowego potencjału rynkowego Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu w latach 2009–2011. Zastosowano metodę potencjałów, w której to podstawowymi zmiennymi była: liczba konferencji, liczba pracowników naukowych, liczba sal oraz liczba katedr w strukturze organizacyjnej wyższej uczelni. Wyniki badań potwierdziły tezę, że Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu może czynnie uczestniczyć na rynku spotkań zarówno w roli dostawcy, jak i nabywcy.

Słowa kluczowe: konferencje, uniwersytet, potencjał rynkowy, metoda wskaźnikowa, rynek spotkań, Poznań.

Klasyfikacja JEL: L83, L 84.

THE UNIVERSITY AS AN ENTITY IN THE LOCAL MEETINGS INDUSTRY BASED ON THE EXAMPLE OF THE UNIVERSITY OF ECONOMICS IN POZNAN

Abstract: In the twentieth century, higher education institutions were associated only with broadly understood scholarly activities rather than being perceived as a supplier

in the meetings market. One of the forms of education is delivering lectures, and it is this form that is related to the function of universities in this area. Because of the infrastructure which universities have, they can become competitive. The article discusses the international market potential which was assessed for the University of Economics in Poznan in the years 2009–2011. The basic variables which were used in calculating the potential included the number of conferences, the number of academic researchers, the number of rooms and the number of departments in the organizational structure of the university. The results confirmed the thesis that the Poznan University of Economics can actively participate in the meetings market both as a supplier and a consumer.

Keywords: conferences, university, market potential, indicator method, meetings market, Poznań.

Wstęp

W XX wieku uczelnie wyższe kojarzono jedynie z szeroko rozumianą działalnością naukową, a rzadko utożsamiano je z dostawcą na rynku spotkań. Jedną z form kształcenia jest prowadzenie wykładów i to właśnie ona nawiązuje do pełnionej przez nie funkcji w tym obszarze. Dzięki towarzyszącej im infrastrukturze, w którą od początku działalności zostały wyposażone, stają się konkurencyjne. Profesjonalizm, obsługa techniczna oraz elastyczna oferta wynajmu sal przygotowana dla nabywców nieodłącznie przyczynia się do sukcesu uniwersytetów w roli dostawcy [Davidson i Cope 2003, s. 98–99]. Zaobserwowano znaczącą lukę w zakresie badań wyższych uczelni w tym zakresie, dlatego głównym problemem badawczym jest zbadanie w jakim stopniu Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu może czynnie uczestniczyć na międzynarodowym rynku spotkań zarówno jako dostawca, jak i nabywca. Wobec powyższych stwierdzeń niniejsza publikacja ma na celu przedstawienie międzynarodowego potencjału rynkowego Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu. Badanie naukowe przeprowadzono za pomocą metody wskaźnikowej. Zakres czasowy obejmuje lata 2009–2011. Określono miejsce rynku spotkań w turystyce biznesowej, a także przedstawiono kryteria, jakimi posługują się organizacje w celu zbierania danych. Następnie opisano rolę wyższych uczelni w sferze dostawcy i nabywcy, a także zaakcentowano nieodłącznie z nią związaną funkcję rozwoju miasta. W kolejnej części artykułu zaprezentowano metodykę badań wraz z wynikami. W ostatniej przedstawiono wnioski wraz z podsumowaniem.

1. Rynek spotkań jako część przemysłu MICE

W dziedzinie ekonomii turystyka nie jest jedynie ograniczona do spędzania czasu wolnego w różnorodny sposób [Płocka 2009]. S. Wodejko uzasadnia bowiem, że takim mianem można nazwać podróżowanie w celach handlowych i biznesowych. Osoby te korzystając z lokalnej oferty, jednocześnie pobudzają popyt na miejscowych rynkach, tak jak pozostali turyści [Wodejko 1998].

W literaturze obcojęzycznej można spotkać się z terminem „podróże służbowe” będącym synonimem turystyki biznesowej. Terminy te nastręczają wielu kłopotów interpretacyjnych, dlatego częściej dla określenia definiowanego zjawiska umownie używa się terminu podróże służbowe [Davidson i Cope 2003, s. 4]. Autorzy dzielą ten jeden ogromny sektor na: indywidualne podróże służbowe oraz turystykę biznesową.

To właśnie ta ostatnia obejmuje wszelkiego rodzaju spotkania poczynając od seminariów i konferencji aż po kongresy [Davidson i Cope 2003, s. 4], tworząc tym samym rynek spotkań. Jak zatem należy rozumieć turystykę biznesową? Są to podróże odbywane w celach zawodowych. Tego rodzaju turysta korzysta jedynie z podstawowych usług turystycznych, natomiast podczas swojego czasu wolnego zaspokaja on potrzeby poznania, wypoczynku lub rozrywki [Kurek 2007, s. 11–17]. Definicję o jednakowym brzmieniu przedstawia również profesor W. Gaworecki oraz angielscy badacze R. Davidson i B. Cope. Ci ostatni uważają, że turystykę biznesową można ująć innym terminem – „przemysł MICE”. Ten angielski akronim oznacza po kolei: *meetings* – spotkania, *incentives* – podróże motywacyjne, *Conferences* – konferencje, *exhibitions* – wystawy [Kurek 2007, s. 11–17].

Pomimo że wielkość przemysłu spotkań nadal jest określana jedynie szacunkowo, to w roku 2012 w Polsce odbyło się ich aż 22 300. W samym Poznaniu odnotowano 1974 konferencji i kongresów, jednocześnie stanowiąc 60% rynku MICE w mieście. Stanowi to nieodłączny przykład, jak regiony tworzą wydarzenia mające na celu pokazanie ich potencjału turystyczno-gospodarczego oraz to, w jaki sposób pozyskują spotkania o szczeblu międzynarodowym, takie jak Konferencja Klimatyczna w Poznaniu w 2008 roku, jednocześnie przyciągając tym samym uczestników [Celuch i Dziedzic 2013].

Publikacją raportów obrazujących liczbę spotkań stowarzyszeń organizowanych przez kraje są następujące organizacje: International Congress and Convention Association (ICCA) oraz Union of International Associations (UIA). Raporty są zbierane według następujących kryteriów:

- cykliczności,
- uczestnictwa na nim minimum 50 osób,
- udziału przedstawicieli minimum z trzech krajów.

Dru ga organizacja (UIA) zbiera dane ze spotkań międzynarodowych, które spełniają jednocześnie cztery wymagania:

- spotkanie trwa minimum trzy dni,
- spotyka się na nim na mniej niż 300 uczestników,
- obradujący pochodzą z co najmniej pięciu państw,
- 40% to (stanowi) udział gości z zagranicy [Celuch i Dziedzic 2013].

Według UNWTO spotkaniem można nazwać to wydarzenie, które trwa powyżej czterech godzin, uczestniczy w nim minimum dziesięć osób, a realizacja jego celów odbywa się w specjalnie wynajętej i opłaconej sali [Celuch 2013].

2. Wyższe uczelnie na miejskim rynku spotkań

Na rynku spotkań poprzez termin dostawcy jest rozumiany podmiot, który umożliwia nie tylko wynajem miejsca do przeprowadzenia danego wydarzenia (konferencji, kongresu, seminarium, szkolenia, warsztatów itd.), ale również zapewnia pozostałe niezbędne narzędzia nabywcom, czyniąc tę usługę kompleksową. Jednocześnie nie należy zapominać o innych miejscach, takich jak: hotele, centra konferencyjne, centra szkoleniowe lub nietypowe obiekty, które występują na rynku spotkań w roli świadczeniodawcy, a także wspomniane wcześniej uniwersytety. Należy pamiętać, że w procesie organizacji spotkania podstawową i zarazem najważniejszą decyzją, jaką musi podjąć organizator, jest wybór adekwatnego miejsca do potrzeb uczestników. Poniżej przedstawiono krótką charakterystykę uniwersytetów w świetle mocnych i słabych stron jako podmiotu występującego na rynku spotkań w roli dostawcy [Davidson i Cope 2003, s. 87–88].

Nabywca rozważając uniwersytet jako miejsce do zorganizowania spotkania, powinien znać i jego wady, i zalety. Ośrodki akademickie nie dysponują podstawowym wyposażeniem hotelowym. Brak linii telefonicznej, telewizji czy brak pokoiów niewątpliwie jest postrzegane jako cecha negatywna uniwersytetów. Również duże obszary, na których one powstają, bywają kłopotliwe dla gości, gdyż osoby nieznające obiektu łatwo mogą się zgubić, a często się też zdarza, że aby przejść z jednego budynku do drugiego, trzeba długo iść. To tylko niektóre wady uniwersytetów jako miejsca spotkań, na które zwraca uwagę A. Paine [Paine 1993].

Niewątpliwą zaletą takich miejsc jest powszechnie panująca naukowa atmosfera pozwalająca na przeprowadzanie poważnych dyskusji. Ponadto ośrodki naukowe są rozmieszczone w całym kraju. Uniwersytety mają zarówno duże sale wykładowe mogące pomieścić kongres lub konferencję, jak i mniejsze seminaryjne przeznaczone na spotkania w grupach [Sidorkiewicz 2011, s. 11–51]. Inną zaletą tego typu obiektów jest niewygórowana cena wynajmu, którą często kierują się organizatorzy przy wyborze miejsca spotkania.

Ostatnią dość istotną zaletą uniwersytetów jest szeroko rozumiana usługa całościowa, w skład której wchodzi: darmowe miejsca parkingowe, stołówki i bary, a także obiekty sportowe zlokalizowane wokół ośrodków akademickich [Davidson i Cope 2003, s. 98].

Analizując rozwój funkcji turystycznej miast można zauważyć łączenie się różnych form turystyki, takich jak kulturowa, zdrowotna czy biznesowa [Sala 2012, s. 20–32]. Celem podróży służbowych, a w tym szeroko rozumianej turystyki konferencyjnej, są miasta. To właśnie w wielkich miastach są zlokalizowane główne ośrodki akademickie. Należy też nadmienić, że marginalne są koszty ponoszone przez osoby podróżujące w celach służbowych, na przykład na konferencję, gdyż chodzi o przyciągnięcie jak największej liczby tych turystów. Niskie koszty uzasadnia się tym, że miasta dysponują już taką infrastrukturą, jak: hotele, lotniska, restauracje, która pierwotnie służyła turystyce rekreacyjnej. Obecnie miejsca te są nieodłącznie wykorzystywane przez dostawców lub pośredników w podróżach służbowych. Wpływy dla miast przyjmujących turystów biznesowych mogą być znaczne. Jest to związane z wydatkami na usługi bardzo dobrej jakości i dochodowe. Jednocześnie czyni to wiele osób, które wydają dużo. Stąd też miasta wprowadzają różnorodne zabiegi, aby przyciągnąć potencjalnych nabywców podróży służbowych. Należą do nich na przykład wizerunek, marketing czy też wsparcie [Davidson i Cope 2003].

W literaturze porusza się również kwestię wsparcia udzielanego przez miasto w procesie wyboru miejsca danego spotkania. Jak podają Davidson i Cope, w celu nakłonienia organizatorów do podjęcia decyzji, władze lokalne lub regionalne stosują różnorodne formy zachęt. Może to być darmowe przyjęcie lub wynajem obiektu za darmo [Davidson i Cope 2003].

3. Metoda badawcza

Zdecydowano, że najlepszą metodą do przedstawienia tego rodzaju zjawiska jest metoda potencjałów zwana również wskaźnikową. Głównym źródłem danych, z których korzystano, był Biuletyn Informacyjny UEP wydawany

w latach 2009–2011. Znajdują się w nim wszelkie informacje dotyczące konferencji organizowanych zarówno na naszej Uczelni, jak i tych, w których pracownicy UEP brali udział. Należy nadmienić, że zawarte w nim treści przekazywano dobrowolnie, a zatem źródło to nie było w pełni wiarygodne.

Potencjał rynkowy UEP zdecydowano zbadać poprzez użycie metody wskaźnikowej. Dzięki temu możliwe jest porównanie tego zjawiska zarówno od strony podażowej, jak i popytowej. Poprzez pierwszą z nich rozumiane będą wszelkie konferencje zorganizowane na Uczelni w budynkach, w których funkcjonują na co dzień. Zatem w obrębie danych instytucji jako miejsca spotkań, lecz nie jako podmiotów. Natomiast drugą stroną (popytową) tworzą wyjazdy pracowników naukowych na kongresy, konferencje bądź seminaria poza granice kraju.

Przyjęto, że zmiennymi pozwalającymi na obliczenie potencjału rynkowego dla Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu są:

- liczba konferencji organizowanych przez instytucję w jej obrębie,
- liczba konferencji zagranicznych, w których pracownicy byli uczestnikami,
- liczba zatrudnionych pracowników naukowych,
- liczba sal, jakimi dysponują instytucje (założono tutaj co najmniej 50 miejsc),
- liczba katedr w strukturze organizacyjnej UEP.

Na podstawie wyżej wymienionych zmiennych utworzono wskaźniki, które posłużyły do wyodrębnienia następujących potencjałów:

- potencjał popytowy UEP przypadający na jednego pracownika: iloraz liczby wyjazdów pracowników UEP na międzynarodowe konferencje i liczby pracowników naukowych UEP,
- potencjał popytowy wydziału/katedry UEP: iloraz liczby wyjazdów pracowników danego wydziału/katedry na międzynarodowe konferencje i liczby pracowników naukowych tego wydziału/katedry,
- potencjał popytowy UEP przypadający na katedrę: iloraz liczby wyjazdów pracowników UEP na międzynarodowe konferencje i liczby katedr UEP,
- międzynarodowy potencjał konferencyjny UEP (udział wyjazdów pracowników UEP na konferencje międzynarodowe w wyjazdach konferencyjnych ogółem): iloraz liczby wyjazdów pracowników UEP na międzynarodowe konferencje oraz liczby wyjazdów pracowników UEP na wszystkie konferencje (krajowe i międzynarodowe),
- potencjał organizacyjny pracowników naukowych UEP: iloraz liczby konferencji organizowanych na UEP (lub wydziale/katedrze) oraz liczby pracowników naukowych UEP (wydziału/katedry),

- potencjał organizacyjny katedr UEP: iloraz liczby konferencji organizowanych na UEP oraz liczby katedr UEP,
- potencjał organizacyjny (podażowy) ogólny: iloraz liczby konferencji ogółem zorganizowanych na UEP oraz liczby pracowników naukowych UEP,
- międzynarodowy potencjał organizacyjny UEP: iloraz liczby międzynarodowych konferencji zorganizowanych na UEP oraz liczby konferencji zorganizowanych na UEP ogółem (krajowych i zagranicznych),
- międzynarodowy potencjał organizacyjny pracowników naukowych UEP: iloraz liczby międzynarodowych konferencji zorganizowanych na UEP oraz liczby pracowników naukowych UEP,
- międzynarodowy potencjał organizacyjny wydziałów/katedr: iloraz liczby międzynarodowych konferencji zorganizowanych na UEP oraz liczby wydziałów/katedr,
- potencjał obsługowy UEP: iloraz liczby konferencji zorganizowanych na UEP oraz liczby sal o pojemności powyżej 50 osób.

4. Wyniki badania

Badania przeprowadzono w lipcu 2012 roku na Uniwersytecie Ekonomicznym w Poznaniu. Celem było zbadanie międzynarodowego potencjału rynkowego metodą wskaźnikową. Wyniki badań empirycznych zostały oparte na analizie treści oraz istniejących danych statystycznych. Podstawowym źródłem pozwalającym pozyskanie danych były Biuletyny Informacyjne UEP wydane w latach 2009–2011.

4.1. Potencjał popytowy ogólny

W przeprowadzonych badaniach empirycznych przyjęto, że przez stronę popytową rozumiane będą wszystkie wyjazdy pracowników naukowych na konferencje. Jednocześnie osoby te stają się nabywcą na rynku spotkań. W tabeli 1 zawarto informacje o liczbie konferencji, na które wyjeżdżali pracownicy naukowcy UEP. Na podstawie zgromadzonych danych opracowano wskaźnik. Wyrażono go w postaci iloczynu liczby konferencji wyjazdowych przez liczbę pracowników naukowych (dla UEP wynosi 522).

Najwyższy potencjał nabywcy pracowników UEP odnotowano w roku 2009, wówczas jeden pracownik wyjechał średnio na 0,2 konferencji. Najniższy zaś przypadł w 2010 roku, gdyż wyniósł 0,16.

Tabela 1. Potencjał popytowy ogólny pracowników UEP w latach 2009–2011

	2011	2010	2009	Razem
Liczba konferencji	106	85	111	302
Potencjał	0,2	0,16	0,21	0,57

Źródło: Opracowano na podstawie badań.

Tabela 2 stanowi kompleksowe opracowanie potencjału popytowego pracowników w latach 2009 – 2011 dla UEP wraz z podziałem zgodnym ze strukturą organizacyjną. Dla każdego wydziału oraz katedry został obliczony wskaźnik zgodnie z liczbą zatrudnionych tam pracowników naukowych.

Najwyższą wartość potencjału nabywczego pracowników odnotowano dla Wydziału Gospodarki Międzynarodowej – średnio jeden pracownik wyjechał na 0,9 konferencji, a najniższą wartość zaobserwowano dla Wydziału Towaroznawstwa 0,35 (tabela 2).

Tabela 2. Potencjał popytowy pracowników UEP w latach 2009–2011

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu	Liczba konferencji	Liczba pra- cowników	Potencjał
Wydział Ekonomii	46	131	0,35
Wydział Gospodarki Międzynarodowej	54	60	0,9
Wydział Informatyki i Gospodarki Elektronicznej	61	83	0,73
Wydział Towaroznawstwa	27	77	0,35
Wydział Zarządzania	60	171	0,35
Razem	302	522	0,57

Źródło: Opracowano na podstawie badań.

W tabeli 3 zestawiono wartości ogólnego potencjału popytowego dla UEP. W latach 2009–2011 najwyższy wskaźnik odnotowano w roku 2009, wówczas na katedrę przypadało 1,95 konferencji. W 2010 roku współczynnik ten był najniższy, ponieważ pracownicy ze wszystkich katedr wyjechali na 1,49 konferencji (tabela 3).

W tabeli 4 znajdują się szczegółowe dane wraz z wartościami potencjałów popytowych dla poszczególnych katedr oraz wydziałów UEP w latach 2009–2011.

Najwyższą wartość potencjału popytowego, równą 8,7, odnotowano dla Wydziału Informatyki i Gospodarki Elektronicznej, a dla Wydziału Towaroznawstwa potencjał osiągnął najniższą wartość 2,45 (tabela 4).

Tabela 3. Potencjał popytowy ogólny katedr w latach 2009 – 2011 dla UEP

	2011	2010	2009	Razem
Liczba konferencji wyjazdowych	106	85	111	302
Liczba katedr	57	57	57	57
Potencjał	1,85	1,49	1,95	5,29

Źródło: Opracowano na podstawie badań.

Tabela 4. Potencjał popytowy katedr oraz wydziałów UEP w latach 2009–2011

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu	Liczba konferencji	Potencjał
Wydział Ekonomii	46	3,53
Wydział Gospodarki Międzynarodowej	54	7,5
Wydział Informatyki i Gospodarki Elektronicznej	61	8,71
Wydział Towaroznawstwa	27	2,45
Wydział Zarządzania	60	3,33
Razem	302	5,29

Źródło: Opracowano na podstawie badań.

4.2. Potencjał podażowy

Zgodnie z przyjętą metodyką, potencjał organizacyjny (podażowy) ogólny jest wyrażony wskaźnikiem liczby zorganizowanych konferencji przez liczbę pracowników. Dla Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu wyniki zostały przedstawione w tabeli 5.

Tabela 5. Potencjał organizacyjny pracowników UEP w latach 2009–2011

	2009	2010	2011	Razem
Liczba konferencji	30	37	47	114
Liczba pracowników	522	522	522	522
Potencjał/rok	0,05	0,07	0,09	0,21

Źródło: Opracowano na podstawie badań.

Potencjał ten w latach 2009–2011 wykazywał tendencję wzrostową. Trend ten nieodłącznie jest związany z liczbą zorganizowanych konferencji, których liczba z roku na rok zwiększała się. W tym okresie liczba pracowników nie uległa zmianie. Łącznie Uczelnia była organizatorem 114 spotkań, a jej poten-

cjał ogólny organizacyjny wyniósł w przybliżeniu 0,22. Oznacza to, że średnio na jednego pracownika UEP przypadało 0,22 konferencji.

Kolejnym potencjałem organizacyjnym, dla którego przeprowadzono badania, jest ten, który stanowi współczynnik liczby konferencji przypadających na katedrę w danym wydziale.

Dla Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu najwyższy potencjał – równy 0,82 – otrzymano w 2011 roku. Wskaźnik najniższy został odnotowany w 2009 roku. Wówczas w przybliżeniu na jedną katedrę przypadało 0,53 konferencji. W latach 2009–2011 ogólny potencjał organizacyjny katedr wykazywał tendencję wzrostową (tabela 6).

Tabela 6. Potencjał organizacyjny ogólny katedr UEP w latach 2009–2011

	2011	2010	2009	Razem
Liczba konferencji	30	37	47	285
Liczba katedr	57	57	57	57
Potencjał	0,53	0,64	0,82	2

Źródło: Opracowano na podstawie badań.

Opracowano jeszcze jeden rodzaj potencjału organizacyjnego katedr. Został on wyrażony stosunkiem liczby konferencji odbywających się w obrębie danej instytucji do liczby wszystkich jednostek na Uczelni. Zatem stanowi on potencjał organizacyjny ogólny i całkowity jednostki. Dla Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu wskaźnik ten w latach 2009–2011 wykazywał tendencję wzrostową, jak również wykazywał wyższy całkowity potencjał organizacyjny (tabela 7).

Kolejnym rodzajem wskaźnika, dla którego zostały przeprowadzone badania, jest potencjał obsługowy. Jest on ściśle związany z liczbą sal, jaką dyspo-

Tabela 7. Potencjał organizacyjny ogólny i całkowity jednostki

Potencjał ogólny		
2009	30	0,52
2010	37	0,64
2011	47	0,82
Razem	114	
Potencjał całkowity		
Liczba katedr	57	2

Źródło: Opracowano na podstawie badań.

nują ośrodki konferencyjne. W zaprezentowanej tabeli 8 znajduje się wykaz wszystkich pomieszczeń na UEP, które stanowiły bazę do obliczeń. Uczelnia łącznie dysponuje 25 salami. Ich liczba ściśle wynika z założonej metodologii, gdyż założono, że konferencja może się odbyć w salach wykładowych powyżej 50 miejsc (tabela 8).

W tabeli 8 przedstawiono wyniki badania potencjału usługowego UEP, który w latach 2009–2011 wzrastał. Wartość wskaźnika całkowitego potencjału usługowego wyniosła 4,56 (liczba konferencji na salę). Należy zwrócić uwagę

Tabela 8. Wykaz sal mających powyżej 50 miejsc – na UEP

Sale UEP	Liczba miejsc w sali
Gmach Główny	
003A	73
0011A	90
111A	150
aula	287
301A	230
304A	51
311A	260
407A	130
408A	108
5B	54
25B	59
113B	96
207B	99
210B	90
211B	56
215B	120
218C	54
Collegium Altum	
16	143
811	56
911	56
1011	56
1111	56
1511	58
1611	55
1711	55

Źródło: Opracowano na podstawie badań.

na to, że wartość wskaźnika może wzrastać nie tylko ze względu na rosnącą liczbę organizowanych konferencji, ale także malejącą liczbę sal będących w dyspozycji UEP.

Tabela 9. Potencjał obsługowy UEP

	2009	2010	2011	Razem
Liczba konferencji organizowanych na UEP	30	37	47	114
Wartość wskaźnika	1,2	1,48	1,88	4,56

Źródło: Opracowano na podstawie badań.

4.3. Międzynarodowy potencjał podaży

Przez ten rodzaj potencjału są rozumiane wszelkie konferencje odbywające się na UEP, mające międzynarodową rangę. Do jego określenia wykorzystano następujące zmienne:

- liczba konferencji ogółem,
- liczba zatrudnionych pracowników naukowych,
- liczba wydziałów/katedr.

W tabeli 10 znajdują się wyniki potencjału organizacyjnego międzynarodowego dla UEP w latach 2009–2011. Najwyższą jego wartość równą 0,2 odnotowano w 2009 roku, a najniższą (0,13) w 2010 roku. W okresie, dla którego badania zostały przeprowadzone, wskaźnik ten osiągnął wynik 0,16.

Tabela 10. Międzynarodowy potencjał organizacyjny UEP w latach 2009–2011

	2011	2010	2009	Razem
Liczba międzynarodowych konferencji zorganizowanych na UEP	7	5	6	18
Liczba wszystkich konferencji zorganizowanych na UEP	47	37	30	114
Potencjał	0,14	0,13	0,2	0,15

Źródło: Opracowano na podstawie badań.

Następny potencjał dotyczy relacji pomiędzy liczbą konferencji międzynarodowych zorganizowanych przez UEP a liczbą zatrudnionych pracowników naukowych. Potencjał dotyczący organizacji przez pracowników spotkań o szczeblu międzynarodowym był najwyższy w 2011 roku, gdy na jednego

pracownika przypadało średnio 0,013 konferencji, a najniższy współczynnik odnotowano w roku 2010 (0,009) (tabela 11).

Tabela 11. Międzynarodowy potencjał organizacyjny pracowników naukowych UEP w latach 2009-2011

	2011	2010	2009	Razem
Liczba międzynarodowych konferencji zorganizowanych na UEP	7	5	6	18
Liczba pracowników	522	522	522	522
Potencjał	0,013	0,009	0,011	0,034

Źródło: Opracowano na podstawie badań.

Tabela 12 obrazuje, jaki potencjał międzynarodowy wykazywały katedry Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu w latach 2009–2011. Najwięcej konferencji o szczeblu międzynarodowym katedry zorganizowały w 2011 roku, jest to średnio 0,12 spotkania, a najmniej w 2010 roku, gdy potencjał ten wyniósł 0,09 (tabela 12).

Tabela 12. Międzynarodowy potencjał organizacyjny katedr UEP w latach 2009–2011

	2011	2010	2009	Razem
Liczba międzynarodowych konferencji zorganizowanych na UEP	7	5	6	18
Liczba katedr	57	57	57	57
Potencjał	0,12	0,08	0,1	0,31

Źródło: Opracowano na podstawie badań.

5. Wnioski

Wszelkie treści umieszczane w Biuletynie Informacyjnym UEP były przekazywane dobrowolnie, a zatem ich empiryczne odzwierciedlenie może nie być rzeczywiste. Według przeprowadzonych badań w latach 2009–2011 dotyczących międzynarodowego potencjału rynkowego Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu średnio jeden pracownik wyjechał na 0,5 konferencji. Najwięcej, bo aż na 0,9 spotkania udał się pracownik Wydziału Gospodarki Międzynarodowej, a w zestawieniu z wyszczególnieniem na katedry współczynnik ten

w 2009 roku wyniósł 1,95 spotkania na jednostkę w strukturze organizacyjnej. Najwyższy współczynnik potencjału popytowego wśród wydziałów o wartości 8,7 otrzymano dla Wydziału Informatyki i Gospodarki Elektronicznej. Spoglądając od strony podażowej na międzynarodowy potencjał rynkowy UEP, należy stwierdzić, że w latach 2009–2011 Uczelnia średnio zorganizowała 0,21 spotkania na pracownika. Badając katedry, okazało się, że ich potencjał organizacyjny wyniósł 2. Całkowity potencjał instytucji, określający zdolność do przygotowania wydarzenia to 4,56 (konferencji na salę). Na jednego pracownika UEP przypada 0,04 sali. Potencjał podażowy międzynarodowy wyrażający liczbę zorganizowanych konferencji o szczeblu międzynarodowym w latach 2009–2011 wyniósł średnio 0,15 spotkania na osobę.

Równocześnie z badaniem potencjału popytowego i podażowego dla Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu przeprowadzono też badania równoległą metodą przy wykorzystaniu tych samych wskaźników dla Wydziału Nauk Geograficznych i Geologicznych w Poznaniu. Okazało się, że w większości były one większe dla wyższej uczelni aniżeli dla wydziału. Odnotowano spore zapotrzebowanie pracowników naukowych na konferencje, w których są uczestnikami zarówno na szczeblu lokalnym, jak i międzynarodowym. Przykładem może być potencjał popytowy pracowników, który w latach 2009–2011 dla wyższej uczelni wyniósł 0,5 (konferencji na pracownika), a dla wydziału – 0,05. Można zatem stwierdzić, że UEP dostatecznie wykorzystuje potencjał popytowy. W porównaniu z Wydziałem Nauk Geograficznych i Geologicznych na tle międzynarodowej podaży rynkowej okazało się, że uniwersytet wytwarza ją większą aniżeli wydział, uzyskano bowiem odpowiednio 0,28 i 0,16 (konferencji na pracownika) [Górecka 2012].

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu zwiększa potencjał miasta na rynku spotkań, wykazując rosnącą tendencję od strony podażowej. Dowodem jest zaobserwowany wzrost organizowanych spotkań z 30 w roku 2009 do 47 w 2011 roku. Ponadto jest ośrodkiem naukowym stanowiącym bazę konferencyjno-kongresową do organizacji większych i mniejszych wydarzeń. Aby potencjał ten był jeszcze bardziej dostrzegany na tle miejskiego rynku spotkań, powinna nastąpić rozbudowa obiektów uwzględniająca w swych planach przygotowanie większej auli, mogącej pomieścić więcej niż 287 słuchaczy. Taka zmiana umożliwiłaby organizację kongresów, która w połączeniu z położeniem UEP w ścisłym centrum miasta przyciągałaby potencjalnych organizatorów spotkań.

Przeprowadzone badania naukowe w odniesieniu do literatury zaprezentowanej we Wstępie artykułu dowodzą, że uczelnie wyższe mogą brać czynny udział na rynku spotkań zarówno od strony popytowej, jak i podażowej, a zatem jednocześnie występować jako nabywca i dostawca miejsca.

Podsumowanie

Na międzynarodowym rynku spotkań uczelnie wyższe mogą czynnie uczestniczyć zarówno w roli dostawcy, jak i nabywcy. Jednocześnie wzbogacając potencjał miasta. Swoją także bogatą i pełną ofertą konferencji oraz kongresów przyciągają zainteresowanych słuchaczy z kraju i ze świata, wpływając na efekt mnożnikowy regionu. Stymulują rozwój bazy noclegowej, gastronomicznej, a także bazy towarzyszącej.

Niniejsze opracowanie dotyczy międzynarodowego potencjału rynkowego Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu. Po przeanalizowaniu wyników wskaźnika mówiącego o popycie, należy stwierdzić, że zapotrzebowanie na konferencje wśród pracowników wynosi średnio 0,2 spotkania na osobę. Ponadto w dużej mierze odbywali oni wyjazdy zagraniczne do krajów sąsiedzkich, aczkolwiek podróżowali również do państw bardziej oddalonych jak: RPA, Stany Zjednoczone, Tajwan czy Chiny.

Ośrodek naukowy, jakim jest Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, może czynnie uczestniczyć na międzynarodowym rynku spotkań jako nabywca. Potwierdzeniem tezę jest aktywne uczestnictwo zarówno jednostek, jak i zatrudnionych pracowników na Wydziale Informatyki i Gospodarki Elektronicznej (średnio 0,3 konferencji na szczeblu międzynarodowym na osobę), wraz z Katedrą Technologii Informacyjnych Wydziału Informatyki i Gospodarki Elektronicznej (1,22 konferencji na szczeblu międzynarodowym na osobę).

Jak już wcześniej wspomniano, uniwersytety mogą występować na rynku spotkań w roli dostawców miejsca. W związku z powyższym obliczono potencjał obsługowy UEP, który został oparty na liczbie sal, jakimi dysponuje ośrodek konferencyjny, za zmienne zaś posłużyły: liczba pracowników, liczba zorganizowanych konferencji, a także liczba katedr. Na drodze badań sformułowano pewną prawidłowość, im mniejsza liczba sal, tym większy jest współczynnik potencjału obsługowego instytucji. Ponadto na jednego wykładowcę UEP przypada 0,04 sali.

Ostatnią ze stron na rynku spotkań, dla której przeprowadzono badania, jest podaż międzynarodowa. Wskaźniki, które opracowano, dotyczyły liczby zorganizowanych konferencji o szczeblu międzynarodowym przez pracowników uniwersytetu. Okazało się, że największą aktywnością do wytwarzania międzynarodowej podaży wykazują się katedry (średnio 0,31 spotkania na katedrę).

Niniejsze opracowanie zawiera obiektywne ograniczenia, do których między innymi należą dane przekazywane dobrowolnie do Biuletynu Infor-

macyjnego przez pracowników naukowych Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu. Źródło choć jedyne, nie jest w pełni wiarygodne. Kolejny problem stanowi brak podobnych badań na innych wyższych uczelniach, których wyniki mogłyby posłużyć w celu porównania UEP z innym, porównywalnym ośrodkiem akademickim. Również sporym ograniczeniem dla badacza jest niedostatek literatury z dziedziny turystyki konferencyjno-kongresowej. Jednakże, aby dokładnie określić, jak funkcjonuje międzynarodowy rynek spotkań na poznańskich uczelniach, należałoby dokonać pogłębionej analizy polegającej na przebadaniu wszystkich szkół wyższych (publicznych i niepublicznych) zarówno w zakresie organizacji konferencji, jak i uczestnictwa w nich. Pozwoliłoby to na udzielenie pełnej informacji w tym zakresie. Obecnie przebadano jedynie niewielki obszar uniwersyteckiego rynku spotkań, dający niepełny obraz o dostawcach i nabywcach. Zatem wobec powyższych rozważań niniejsze opracowanie może mieć charakter aplikacyjny dla instytucji lub ośrodków konferencyjnych zainteresowanych badaniem własnego potencjału w zakresie szeroko rozumianej turystyki konferencyjnej [Górecka 2012].

Bibliografia

- Celuch, K., 2013, *Ekoinnowacyjne rozwiązania w organizacji spotkań i wydarzeń biznesowych*, Kielce.
- Celuch, K., Dziedzic, E., 2013, *Raport przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce 2012*, http://storage.pot.potsite.pl/data/PDF/PCB_Raport2013/ [dostęp: 23.03.2014].
- Davidson, R., Cope, B., 2003, *Turystyka biznesowa*, Polska Organizacja Turystyczna, Warszawa.
- Górecka, S., 2012, *Międzynarodowy potencjał rynkowy uniwersytetów jako ośrodki konferencyjne: analiza porównawcza Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu oraz Wydziału Nauk Geograficznych i Geologicznych Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza*, UEP, Poznań.
- Kurek, W., 2007, *Turystyka*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Sala, J., 2012, *Miasta jako cel podróży turystycznych w Polsce*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice.
- Sidorkiewicz, M., *Turystyka biznesowa*, Difin, Warszawa.
- Paine, A., 1993 *The University Conference Market*.
- Płocka, J., 2009, *Turystyka. Wybrane zagadnienia*, Wydawnictwo Escape Magazine, Toruń.

Wodejko, S., 1998, *Ekonomiczne zagadnienia turystyki*, Wyższa Szkoła Handlu i Prawa, Warszawa.

UEP, 2013, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Poznań, <http://old.ue.poznan.pl/uczelnia/czasopisma-uep/biuletyn-universytetu-ekonomicznego-w-poznaniu/> [dostęp: 23.03.2014].