

Identyfikacja lokalnych sieci przemysłu spotkań dla potrzeb badania dzielenia się wiedzą (work-in-progress)

Piotr Zmyślony, Grzegorz Leszczyński, Marek Zieliński
Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

PEMES 2014

Polish Event Management Educators Symposium

Warszawa | SGTiR | 8-9 maja 2014



UNIwersytet Ekonomiczny
w POZNANIU



„Dzielenie się wiedzą a proces innowacji: podejście sieciowe”

(grant NCN nr UMO-2011/03/B/HS4/03584)



Grzegorz Leszczyński

Katedra Strategii Marketingowych,
Centrum B2B
g.leszczynski@ue.poznan.pl



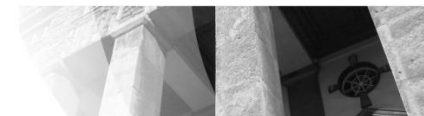
Marek Zieliński

Katedra Strategii Marketingowych,
Centrum B2B
m.zieliński@ue.poznan.pl



Piotr Zmyślony

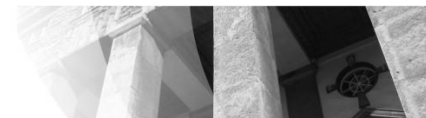
Katedra Turystyki
p.zmyslony@ue.poznan.pl



„Dzielenie się wiedzą a proces innowacji: podejście sieciowe” (grant NCN nr UMO-2011/03/B/HS4/03584)

Cele projektu

1. Analiza powiązań między podmiotami tworzącymi sieci biznesowe w przemyśle spotkań
2. Analiza uwarunkowań dzielenia się wiedzą w ramach tych sieci
3. Określenie wpływu transferu wiedzy pomiędzy uczestnikami sieci na proces innowacji w przemyśle spotkań



Produkty przemysłu spotkań a podejście sieciowe

Kompleksowe/Współtworzone

Heterogeniczna struktura

Zależne od miejsca /
migrujące

Zależne od czasu /
krótkotrwałe

Business-to-business

Pakiety/ elementy dodatkowe

Rdzeń branżowy

Opakowanie turystyczne



Sieci w przemyśle spotkań

Interdyscyplinarne

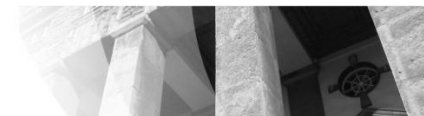
Transsektorowe

Celowe

Dynamiczne

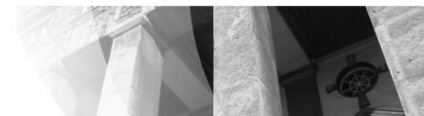
Ponadnarodowe,
ale
zdeteminowane
przestrzenie

Nieostre granice



Podejście badawcze

1. **Badanie sieci a badanie zachowań sieciowych**
2. **Model zarządzania w sieci** (Håkansson et al., 2009)
 - obraz sieci
 - działania sieciowe
 - efekty indywidualne i sieciowe
3. **Wymiana wiedzy w sieci**
 - wiedza istniejąca: konfrontacja, czy porównanie?
 - nowa wiedza: konsolidacja, czy tworzenie?
 - podejście: aktywne, czy bierne?
4. **Wymiana wiedzy podstawą identyfikacji sieci**



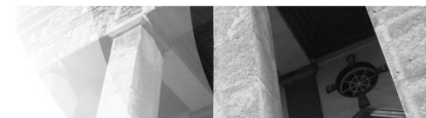
Proces badawczy

1. Badanie uczestników sieci

- identyfikacja obrazu wiedzy w sieci
- określenie działań związanych z wymianą wiedzy
- innowacje wynikające z wymiany wiedzy

2. Badanie "klientów" sieci

- koncepcja produktów przemysłu spotkań
- ocena innowacyjności i sieciowości elementów produktów



Konferencja

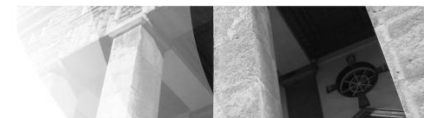
Association of
Business
Service
Leaders in
Poland

Poznań,
22-23 maja 2014

Impreza targowa

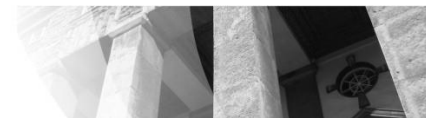
Innowacje –
Technologie –
Maszyny

Poznań,
3-6 czerwca 2014



Association of Business Service Leaders in Poland

- Reprezentuje sektor nowoczesnych usług dla biznesu
- Zrzesza ono centra usług wspólnych, outsourcingu procesów biznesowych, outsourcingu IT, centra badawczo-rozwojowe oraz firmy wspierające rozwój międzynarodowego sektora usług
- Cel: podnoszenie atrakcyjności Polski jako wiodącej europejskiej lokalizacji dla projektów outsourcingowych i offshoringowych





Founding Members





Madeleine Albright Gościem Specjalnym V Konferencji ABSL

Keynote speech i sesja Q&A

23 maja, 10.30 – 11.45



Madeleine Albright, była sekretarz stanu USA i jedna z najbardziej szanowanych osobistości międzynarodowej sceny politycznej będzie Gościem Specjalnym V Konferencji ABSL

Dynamicznie zmieniająca się rzeczywistość biznesowa wymaga **strategicznej ekspertyzy**. Madeleine Albright łączy doświadczenie międzynarodowe ze znajomością rzeczywistości politycznej i gospodarczej Europy Środkowo-Wschodniej, a więc może stać się prawdziwym źródłem inspiracji dla współczesnych liderów biznesu. Przemówienie Gościa Specjalnego Konferencji niewątpliwie spełni oczekiwania najbardziej wymagających odbiorców. Madeleine Albright, dzięki swoim wyraźnym związkom z Europą Środkowo-Wschodnią, może zaoferować wnikliwą analizę szans przed jakimi stoi obecnie polska gospodarka.



Stopień pakietyzacji

Rdzeń i produkt podstawowy

- dostarczenie uczestnikom możliwości Spotkania grupowego
- obiekt i wyposażenie, program merytoryczny i czasowy konferencji, dobór prelegentów, system rejestracyjny, recepcja i obsługa informacyjna, system informacji wizualnej, catering, materiały konferencyjne

Produkt wzbogacony

- obecność gości specjalnych, tłumacze, ochrona, *eventy*, gala dinner, architektura obiektu extrasy, aplikacje mobilne, bar z obsługą, równoległy program dla osób towarzyszących

Produkt szeroki

- składniki oferty turystycznej destynacji: infrastruktura i usługi transportowe, usługi noclegowe, zakłady gastronomiczne, usługi rozrywkowe i rekreacyjne, atrakcje turystyczne oraz wizerunek miasta

Stopień kontroli przez organizatora

Produkt podstawowy

Inicjator – ABSL

Organizator konferencji – Linkleaders

+

sponsorzy

firmy członkowskie ABSL

dostawca miejsca Poznań Congres Center

firmy cateringowe

firma zajmująca się rejestracją uczestników

dostawca usług audiowizualnych
(nie lokalny)

dostawca usług telekomunikacyjnych

firma ochroniarska (nie lokalna)

firmy translatorskie

ubezpieczyciele imprezy

prelegenci: analitycy i eksperci, członkowie stowarzyszenia, przedstawiciele sponsorów

politycy krajowi i lokalni

media

uczestnicy konferencji



Produkt wzbogacony

Inicjator – ABSL

Organizator konferencji –
Linkleaders

+ wszystkie podmioty tworzące produkt podstawowy

+ lokalne firmy członkowskie organizujące wizyty studyjne w swoich siedzibach

+ podmioty zarządzające miejscami wykorzystanymi do *eventów* specjalnych: powitalny koktajl oraz uroczysta kolacja

+ podmioty oferujące atrakcje dodatkowe: firmy przewodnickie, aquapark, agencja eventowa, Poznań Convention Bureau



Produkt szeroki

**Organizator konferencji
– Linkleaders**

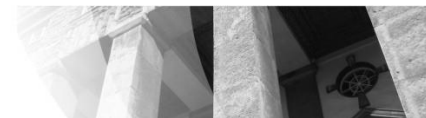
**Biuro Obsługi Inwestorów i Promocji
Inwestycji – Urząd Miasta Poznania**

- + Poznań Convention Bureau
- + hotele współpracujące z organizatorem (9 obiektów);
- + lotnisko Ławica (transport i transfer gościa specjalnego);
- + firmy transportowe;
- + Biuro Promocji UMP;
- + inne podmioty



Wymiana wiedzy w sieci

- podmioty tworzące produkt podstawowy – silna relacja, jednak wiedza przekazywana między nimi postrzegana jest zarówno jako istotna, jak i nieistotna (w zależności od doświadczenia)
- słabe relacje zachodzą między podmiotami zaangażowanymi w tworzenie produktu podstawowego z uczestnikami sieci zaangażowanymi w tworzenie dwóch kolejnych poziomów, ale przekazywana wiedza często ma charakter istotny i zawiera elementy wiedzy ukrytej
- uczestnicy sieci, których łączą słabe relacje i mało istotna przekazywana wiedza, dzielą się wyłącznie wiedzą jawną i mają niską motywację do dzielenia się nią



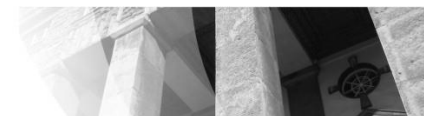
ABSL 2014: innowacje

Wynikające z wymiany wiedzy w sieci:

- Sposób organizacji i wymagania branżowej konferencji międzynarodowej (z punktu widzenia podmiotów lokalnych)

Wspierane przez wiedzę w sieci:

- Udział gościa specjalnego – Madeleine Albright



Dziękujemy za uwagę

