

DZIAŁALNOŚĆ INSTYTUCJI OTOCZENIA BIZNESU W ZAKRESIE WSPIERANIA ROZWOJU PRZEDSIĘBIORSTW INSTRUMENTAMI PRZEMYSŁU SPOTKAŃ

LUIS OCHOA SIGUENCIA¹, ZOFIA GRÓDEK-SZOSTAK²,
AGNIESZKA CHĘCIŃSKA-ZAUCHA³

¹ Akademia Wychowania Fizycznego im. Jerzego Kukuczki w Katowicach
Wydział Zarządzania Sportem i Turystyką
e-mail: lochoa@awf.katowice.pl

² Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie
Wydział Zarządzania
e-mail: grodekz@uek.krakow.pl

³ Akademia Wychowania Fizycznego im. Jerzego Kukuczki w Katowicach
Wydział Zarządzania Sportem i Turystyką
e-mail: agachecinska@gmail.com

SŁOWA KLUCZOWE

przedsiębiorstwo, instytucje otoczenia biznesu, przemysł spotkań

STRESZCZENIE

Kooperacja przedsiębiorstw z szeroko definiowanymi instytucjami otoczenia biznesu (IOB) stanowi jeden nurtów badawczych w obszarze zarządzania przedsiębiorstwem w turbulentnym otoczeniu. Problematyka infiltracji działalności IOB na rzecz rozwoju przedsiębiorstw była i jest podejmowana w literaturze przedmiotu, lecz w dalszym ciągu pozostają białe plamy. Celem opracowania jest identyfikacja instrumentów przemysłu spotkań oferowanych przez instytucje otoczenia biznesu przedsiębiorcom w obszarze rozwoju prowadzonej działalności gospodarczej. Dyskusja i ocena zjawisk została przeprowadzona na podstawie kwerendy literatury i źródeł wtórnych w języku polskim i angielskim, indywidualnego wywiadu pogłębionego (IDI) z instytucjami otoczenia biznesu oraz obserwacji uczestniczącej autorów. Sformułowano kierunki przyszłych badań empirycznych, których rezultaty mogą być przydatne zarówno w zarządzaniu przedsiębiorstwem, jak i w działalności sektora MICE.

Wprowadzenie

Działalność przedsiębiorstw w turbulentnym otoczeniu wymusza podejmowanie działań w obszarze poszukiwania partnerów wspierających innowacyjny rozwój. Efektywność współpracy i przydatność partnerów biznesowych w dziedzinie innowacji może być mierzona skalą i intensywnością usług w kształtowaniu przestrzeni umożliwiającej skuteczne promowanie rozwiązań

technologicznych, badawczych, komercyjnych. Może również obejmować korzystanie z narzędzi umożliwiających przekształcenie kontaktów w kontrakty handlowe (w zakresie transferu technologii, współpracy badawczo-rozwojowej czy komercjalizacji).

Celem opracowania jest identyfikacja instrumentów przemysłu spotkań oferowanych przez instytucje otoczenia biznesu (IOB) przedsiębiorcom w obszarze działalności innowacyjnej. W pracy postawiono następujące pytania badawcze:

1. Z jakich instrumentów przemysłu spotkań oferowanych przez IOB mogą korzystać przedsiębiorcy?
2. Jaka jest skala wykorzystania przez przedsiębiorstwa instrumentów przemysłu spotkań oferowanych przez IOB?

Analizę przeprowadzono na podstawie wyników badań własnych. W pracy wykorzystano metodę triangulacji technik badawczych: *desk research*, indywidualnego wywiadu pogłębianego (IDI) z instytucjami otoczenia biznesu oraz obserwacji uczestniczącej.

Istota, zadania i funkcjonowanie instytucji otoczenia biznesu

Analiza literatury przedmiotu nie dostarcza jednej powszechnie akceptowanej definicji ani typologii instytucji otoczenia biznesu (Gródek-Szostak, Szelań-Sikora, Sikora, Korenko, 2017). Na gruncie literaturowym funkcjonuje obszerna lista pojęć mających charakter pokrewny w stosunku do instytucji otoczenia biznesu. Przygodzki (2007) stosuje pojęcie infrastruktury instytucjonalnej dla określenia zbioru instytucji i organizacji stanowiących swego rodzaju rusztowanie dla funkcjonowania podmiotów gospodarczych. Matusiak (2010) używa określenia: system wsparcia dla całości instytucji zajmujących się wspieraniem procesów innowacyjnych, np. stowarzyszeń, izb gospodarczych, agencji rozwoju regionalnego, uczelnianych centrów transferu technologii.

Pojęcie instytucji otoczenia biznesu jest niezwykle pojemne. Obejmuje niemal wszystkie rodzaje podmiotów publicznych i prywatnych, które bezpośrednio lub pośrednio mają związek z zakładaniem i prowadzeniem działalności gospodarczej (rys. 1). Ich działalność koncentruje się na świadczeniu usług na rzecz przedsiębiorców, w szczególności mikro, małych i średnich (Gródek-Szostak, 2017a). Instytucje otoczenia biznesu świadczą usługi na rzecz uprawnionych przedsiębiorców, które dzięki wsparciu ze środków publicznych mogą być realizowane na preferencyjnych warunkach, a niekiedy wręcz nieodpłatnie (Nesterak, Gródek-Szostak, Malinowska, 2016). Definicja IOB stosowana w niniejszym artykule opiera się na definicji sformułowanej w raporcie Stowarzyszenia Organizatorów Ośrodków Innowacji i Przedsiębiorczości. Według niej IOB ujmuje się jako wyspecjalizowane instytucje lokalnego i regionalnego wsparcia innowacji i transferu technologii (Bąkowski, Mażewska, 2014).



Rysunek 1. Funkcje instytucji otoczenia biznesu

Źródło: Matusiak, Bąkowski (2008, za: Gródek-Szostak 2017a).

Jednym z obszarów wsparcia oferowanego przez IOB jest inicjowanie i zacieśnianie kooperacji podmiotów z sektora mikro, małych i średnich przedsiębiorstw (Gródek-Szostak, 2017b) w wymiarze zarówno krajowym, jak i międzynarodowym. Wśród instrumentów publicznych wspierających rozwój technologiczny przedsiębiorstw ukierunkowanych na profesjonalizację współpracy z IOB można wymienić ofertę sieci Enterprise Europe Network (EEN). Sieć wspiera rozwój innowacyjnej przedsiębiorczości poprzez organizację misji gospodarczych, spotkań kooperacyjnych i targów na całym świecie.

Przemysł spotkań

Z uwagi na rozbieżności w obszarze kwestii terminologicznych (tab. 1) można wyróżnić obszar, do którego zamiennie mogą być stosowane pojęcia turystyki biznesowej, turystyki MICE (ang. *Meetings – Incentives – Conferences – Events*), branży spotkań lub przemysłu spotkań. Gdy podejmuje się jednak rozważania o istocie tej branży, którą stanowi wspomniany obszar wspólny dla ww. terminów, najważniejsze i przysparzające najmniej problemów jest stosowanie określenia „przemysł spotkań” (Berbeka, Borodako, Rudnicki, 2015).

Tabela 1. Przemysł spotkań w ujęciu definicyjnym

Autor	Definicja przemysłu spotkań
Borodako, Berbeka, Rudnicki (2014)	Całokształt zjawisk i procesów związanych z organizacją spotkań w danym miejscu i czasie
Sidorkiewicz (2011), Świątecki (2005), Davidson (1994).	Przemysł spotkań jest często utożsamiany z turystyką biznesową, definiowaną jako sektor „dotyczący osób podróżujących w celach związanych z ich pracą”
Celuch (2008), Siemiński (2010, za: Celuch, 2016)	Sektor gospodarki związany z organizacją, promocją oraz zarządzaniem wydarzeniami biznesowymi, w tym kongresami, konferencjami, targami, wydarzeniami firmowymi oraz podróżami motywacyjnymi
Światowa Organizacja Turystyki (UNWTO)	UNWTO użyła terminów Meetings Industry na określenie przemysłu spotkań oraz International Meetings Industry – międzynarodowy przemysł spotkań. Sformułowania te mogą być używane zamiennie i określają organizację, promocję, sprzedaż wydarzeń towarzyszących spotkaniom stowarzyszeniowym, rządowym i korporacyjnym, podróżom motywacyjnym, seminariom, kongresom i konferencjom, konwencjom, wizytom technicznym, wystawom oraz targom. 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 godziny i więcej, miejsce (obiekt), w którym odbywa się spotkanie, zostało opłacone specjalnie w tym celu

Źródło: opracowanie własne na podstawie analiz literaturowych.

Sektor gospodarki, którym jest przemysł spotkań, zgodnie z zaleceniem literaturowym (Celuch, 2013) należy również rozpatrywać, analizując dwa główne segmenty z nim związane, a wynikające z charakteru uczestników poszczególnych spotkań czy wydarzeń. Są to segment uczestników związanych z funkcjonowaniem, korporacji i wydarzeń organizowanych przez poszczególne przedsiębiorstwa oraz segment uczestników związanych ze stowarzyszeniami branżowymi. Pierwsza grupa uczestników bierze udział w takich formach wyjazdów, jak:

- wydarzenie korporacyjne (wydarzenie firmowe ze szczególnym zwróceniem uwagi na szkolenia, warsztaty, seminaria, konferencje prasowe, premiery produktów);
- wydarzenia motywacyjne, w tym podróże o charakterze gratyfikacyjnym, uznaniowym;
- targi bądź wystawy.

Druga grupa to zazwyczaj uczestnicy spotkań stowarzyszeń, w tym konferencji i kongresów krajowych i międzynarodowych, bez wyraźnego podziału na spotkania rządowe i pozarządowe.

Z perspektywy przedsiębiorstw – beneficjentów przemysłu spotkań niezwykle istotna jest możliwość skorzystania z usług wyspecjalizowanych IOB, które świadczą usługi organizacji przestrzeni stymulującej efektywność spotkań biznesowych.

Rola IOB w zakresie wsparcia udziału przedsiębiorstw w spotkaniach biznesowych

Przedsiębiorstwa budujące zdolność innowacyjną przy współpracy z otoczeniem gospodarczym zgłaszają potrzeby w zakresie instrumentów wsparcia pozwalających na nawiązanie kontaktów w partnerami biznesowymi w postaci bezpośredniej konfrontacji z potencjalnym dostawcą, np. technologii, *know-how* itp. Skuteczność współpracy i przydatność partnerów sfery IOB w dziedzinie innowacji może być mierzona skalą i intensywnością świadczonych usług w zakresie

współpracy technologicznej, szkoleń, targów, misji gospodarczych. Ośrodki otoczenia biznesu za pośrednictwem ponadkrajowych sieci współpracy są w stanie zaspokoić zgłaszany popyt.

Analiza aktywności ośrodków IOB funkcjonujących w ramach sieci EEN pozwala na weryfikację zapotrzebowania przedsiębiorstw na usługi wsparcia w obszarze spotkań biznesowych oferowane przez system instytucjonalny. Weryfikacji poddano aktywność sieci EEN w okresie styczeń 2016 – czerwiec 2017. W tym czasie sieć zaoferowała przedsiębiorcom możliwość udziału w spotkaniach brokerskich, misjach gospodarczych, konferencjach lub seminariach, dniach informacyjnych, wystawach, spotkaniach grup sektorowych, szkoleniach, warsztatach (tab. 2).

Tabela 2. Instrumenty przemysłu spotkań zaoferowane przedsiębiorcom przez IOB działające w sieci Enterprise Europe Network

Rodzaj wydarzenia	Miejsce wydarzenia (kraj)	Liczba wydarzeń	Liczba uczestników (ogółem)	Liczba uczestników spotkań transnarodowych
1	2	3	4	5
Spotkania brokerskie	Albania, Argentyna, Armenia, Austria, Białoruś, Belgia, Brazylia, Bułgaria, Kanada, Chiny, Chorwacja, Czechy, Dania, Estonia, Finlandia, Francja, Niemcy, Grecja, Węgry, Islandia, Irlandia, Izrael, Włochy, Japonia, Kazachstan, Łotwa, Litwa, Luksemburg, Macedonia, Malta, Meksyk, Mołdowa, Czarnogóra, Holandia, Nowa Zelandia, Norwegia, Paragwaj, Peru, Polska, Portugalia, Rumunia, Rosja, Serbia, Singapur, Słowacja, Słowenia, Korea Południowa, Hiszpania, Szwecja, Szwajcaria, Tajwan, Turcja, UK, USA	655	38 106	25 605
Misje gospodarcze	Albania, Austria, Białoruś, Belgia, Bośnia i Hercegowina, Brazylia, Bułgaria, Kanada, Chile, Chiny, Chorwacja, Cypr, Czechy, Dania, Estonia, Finlandia, Francja, Gruzja, Niemcy, Grecja, Hong Kong, Węgry, Indie, Indonezja, Irlandia, Izrael, Włochy, Japonia, Kazachstan, Łotwa, Litwa, Luksemburg, Macedonia, Malta, Meksyk, Mołdawia, Czarnogóra, Holandia, Nowa Zelandia, Norwegia, Paragwaj, Peru, Polska, Portugalia, Rumunia, Rosja, Serbia, Singapur, Słowacja, Słowenia, Korea Południowa, Hiszpania, Szwecja, Szwajcaria, Tajwan, Turcja, Ukraina, UK, USA, Wietnam	571	49 515	31 505

1	2	3	4	5
Konferencje, seminaria, dni informacyjne	Austria, Belgia, Cypr, Czechy, Dania, Finlandia, Francja, Niemcy, Grecja, Węgry, Irlandia, Włochy, Łotwa, Malta, Macedonia, Meksyk, Holandia, Polska, Rosja, Słowacja, Słowenia, Hiszpania, Szwecja, Turcja, Ukraina, UK, Wietnam	61	3523	2624
Wystawy	Armenia, Austria, Niemcy, Włochy, Południowa Korea, Turcja	8	169	43
Spotkania grup sektorowych (branżowych)	Austria, Belgia, Chorwacja, Cypr, Czechy, Dania, Francja, Niemcy, Węgry, Włochy, Malta, Holandia, Portugalia, Polska, Serbia, Słowacja, Hiszpania, Szwecja, UK	56	8105	6663
Szkolenia	Austria, Białoruś, Bułgaria, Belgia, Bośnia i Hercegowina, Kanada, Chiny, Cechy, Francja, Gruzja, Niemcy, Grecja, Irlandia, Włochy, Luksemburg, Holandia, Czarnogóra, Norwegia, Paragwaj, Peru, Polska, Rumunia, Hiszpania, Szwecja, Turcja, UK	180	7723	5730
Warsztaty	Austria, Belgia, Bułgaria, Dania, Francja, Niemcy, Irlandia, Włochy, Litwa, Łotwa, Malta, Holandia, Portugalia, Hiszpania, Szwecja, UK	37	1375	979

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych i zestawienia wydarzeń organizowanych przez ośrodki sieci EEN.

W efekcie organizowanych przez IOB funkcjonujących w ramach sieci EEN instrumentów przemysłu spotkań przedsiębiorcy nawiązali współpracę technologiczną. Analiza efektywności organizowanych wydarzeń pozwoliła stwierdzić, że w wyniku spotkań brokerskich współpracę zawiązało 647 przedsiębiorców; misji gospodarczych – 994 przedsiębiorców; konferencji, seminariów, dni informacyjnych – 88 przedsiębiorców; wystawy – 1 kontrakt; spotkań grup sektorowych – 327 przedsiębiorców; szkoleń – 239 przedsiębiorców; warsztaty – 28 przedsiębiorców.

Bogata gama instrumentów przemysłu spotkań, jakimi dysponują IOB, pozwala z jednej strony na budowanie kompleksowej oferty ośrodków działających w formule *one-stop-shop*, a z drugiej strony daje przedsiębiorcom bezpłatną możliwość dostępu do wiedzy i informacji o wydarzeniach, w których udział może zaowocować nowymi kontraktami biznesowymi (Kajrunajtys, 2016).

Przedstawione instrumenty przemysłu spotkań oferowane przez IOB funkcjonujące w ramach sieci EEN nie wyczerpują całego katalogu dostępnych rozwiązań. Każdorazowo instytucje otoczenia biznesu, kreując ofertę wsparcia dla przedsiębiorstw w układzie regionalnym, krajowym czy międzynarodowym, prowadzą stały monitoring potrzeb przedsiębiorców w zakresie rozwoju organizacji. Zmiana oczekiwań sektora mikro, małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP) w zakresie wsparcia instytucjonalnego wymusza każdorazowo na IOB konieczność takiego kreowania oferty, aby zaspokoić zidentyfikowany popyt na usługi innowacyjnego rozwoju przedsiębiorstw.

Podsumowanie

Przedstawiony przegląd literatury oraz zaprezentowane wyniki przeprowadzonych badań pozwalają sformułować poniższe wnioski:

1. IOB stanowią istotne ogniwo w systemie wsparcia rozwoju przedsiębiorstw, zwłaszcza z sektora MŚP, które z uwagi na ograniczone zasoby finansowe nie mają możliwości z korzystania z usług komercyjnych.
2. Rolą IOB jest popularyzowanie i propagowanie w środowiskach przedsiębiorczych, instrumentów przemysłu spotkań stanowiących przestrzeń do zapoznawania się z nowymi technologiami, trendami badawczymi czy bezpośrednim kontaktem z potencjalnym partnerem biznesowym.
3. Poprzez przynależność do międzynarodowych sieci wsparcia ukierunkowanych na wsparcie przedsiębiorczości IOB są w stanie zaoferować przedsiębiorcom gamę instrumentów przemysłu spotkań realizowanych na całym świecie. Zatem kluczowe jest, aby krajowe otoczenie biznesu zabiegało o współpracę z międzynarodowymi kooperantami (sieciami, platformami technologicznymi, stowarzyszeniami), uzupełniając wachlarz oferowanych instrumentów przemysłu spotkań.

Należy podkreślić, że ze względu na ograniczenie objętości tekstu i rozległość tematu nie zostały poruszone wszystkie znaczące wątki, a zaprezentowane kwestie należy pogłębić i rozwinąć na podstawie wyników przyszłych badań.

Literatura

- Bąkowski, A., Mażewska, M. (2014). *Ośrodki innowacji w Polsce (z uwzględnieniem inkubatorów przedsiębiorczości)*. Raport z badania 2014. Warszawa: PARP.
- Berbeka, J., Borodako, K., Rudnicki, M. (2015). *Zarządzanie innowacjami w przemyśle spotkań*. Warszawa: Wydawnictwo C.H. Beck.
- Borodako, K., Berbeka, J., Rudnicki, M. (2014). Znaczenie wyspecjalizowanych usług biznesowych (KIBS) dla innowacji w przedsiębiorstwach turystyki biznesowej. *Folia Turistica*, 32, 195–213.
- Celuch, K. (2008). Definicje i interpretacje pojęć. W: *Turystyka biznesowa. Produkt i promocja* (s. 1–12). Warszawa: Stowarzyszenie Konferencje i Kongresy w Polsce.
- Celuch, K. (2013). *Przemysł spotkań w Polsce jako czynnik rozwoju turystyki*. Kraków: Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Celuch, K. (2016). Trendy w przemyśle spotkań na przykładzie segmentacji zarządzania spotkaniami biznesowymi. *Ekonomiczne Problemy Turystyki*, 1 (33), 225–234.
- Davidson, R. (1994). *Business Travel*. Harlow, England: Addison Wesley Longman.
- Gródek-Szostak, Z. (2017a). Zróżnicowanie definiowania instytucji otoczenia biznesu w regionalnych programach operacyjnych na lata 2014–2020. W: J. Kaczmarek, P. Krzemiński (red.), *Doskonalenie działania przedsiębiorstw i instytucji wobec przemian społeczno-gospodarczych. Innowacje – finanse – otoczenie biznesu* (s. 233–243). Kraków: Fundacja Uniwersytetu Ekonomicznego.
- Gródek-Szostak, Z. (2017b). Znaczenie instytucji otoczenia biznesu dla rozwoju innowacji i kooperacji sektora MSP. W: A. Pietruszka-Ortyl, M. Makowiec (red.), *Przedsiębiorczość a Źródła przewagi konkurencyjnej w gospodarce opartej na wiedzy*. (s. 107–117). Kraków: Uniwersytet Ekonomiczny, Katedra Zachowań Organizacyjnych.
- Gródek-Szostak, Z., Szeląg-Sikora, A., Sikora, J., Korenko, M. (2017). Prerequisites for the Cooperation Between Enterprises and Business Support Institutions for Technological Development. W: A. Nalepka, A. Ujwary-Gil (red.), *Business and non-profit organizations facing increased competition and growing customers' demands*

- (t. 16, s. 427–439). Warsaw: Institute of Economics of the Polish Academy of Sciences; Nowy Sącz: Wyższa Szkoła Biznesu – National Louis Univeristy; Nowy Targ: Foundation for the Dissemination of Knowledge and Science „Cognitione”.
- Kajrunajtys, D. (2016). Obieg informacji na potrzeby konkurowania organizacji w turbulentnym otoczeniu. *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Ekonomii i Informatyki w Krakowie*, 12, 124–140.
- Matusiak, K.B. (2010). Uwarunkowania rozwoju infrastruktury wsparcia w Polsce. W: K.B. Matusiak (red.), *Ośrodki innowacji i przedsiębiorczości w Polsce* (s. 335–337). Warszawa: PARP.
- Matusiak, K.B., Bąkowski, A. (2008). *Wybrane aspekty funkcjonowania parków technologicznych w Polsce i na świecie*. Warszawa: PARP.
- Nesterak, J., Gródek-Szostak, Z., Malinowska, O. (2016). Taking up Technological Cooperation in the SME Sector – an Overview of the Experience in the Enterprise Europe. *Acta Oeconomica Cassoviensia*, 2 (9), 26–34.
- Przygodzki, Z. (2007). Konkurencyjność regionów. W: J. Chadzyński, A. Nowakowska, Z. Przygodzki (red.), *Region i jego rozwój w warunkach globalizacji* (s. 103–147). Warszawa: Wydawnictwo CeDeWu.
- Sidorkiewicz, M. (2011). *Turystyka biznesowa*. Warszawa: Difin.
- Świątecki, A. (2005). Podróże motywacyjne – polska siła przyciągania. W: *Promocja i kreowanie wizerunku Polski* (s. 117–124). Warszawa: Polska Organizacja Turystyczna.
- WTO (2006) *Measuring the Economic Importance of the Meetings Industry. Developing a Tourism Satellite Account Extension*. Madrid, Spain: World Tourism Organisation.

THE ACTIVITY OF BUSINESS ENVIRONMENT INSTITUTIONS (BEIS) IN TERMS OF SUPPORTING ENTERPRISES WITH THE INSTRUMENTS OF THE MICE INDUSTRY

KEYWORDS

enterprise, business environment institutions, MICE industry

ABSTRACT

The cooperation between enterprises and the broadly understood business environment institutions (BEIs) is one of the study areas in the field of enterprise management in a turbulent environment. The problem of infiltration of BEI activities for the development of enterprises has been discussed in the subject literature, but white spots remain. The aim of the study was to identify the instruments of the Meetings, Incentives, Conferences and Events (MICE) industry offered by business environment institutions to entrepreneurs aimed at developing their business. Discussion and assessment was carried out on the basis of literature and secondary sources in Polish and English, individual in-depth interview with business environment institutions (IDI) and participant observation. The direction of future empirical research was formulated, the results of which may be useful in both enterprise management and the activity of the MICE sector.

JEL CODES

O14, O11

Translated by Grażyna Zawada