

Wstęp

Zarówno pojęcie „innowacja” jak i „przemysł spotkań” to terminy często obecnie występujące w dyskursie publicznym, choć najczęściej w rozumieniu potocznym lub intuicyjnym. Zagadnienie innowacji w zastosowaniu do przemysłu spotkań, co jest przedmiotem niniejszego tomu, wymaga już na wstępie doprecyzowania i zdefiniowania.

Przemysł spotkań to termin wprowadzony dla określenia dynamicznie rozwijającej się branży obejmującej kongresy, konferencje, wydarzenia biznesowe, podróże i programy motywacyjne, targi oraz inne imprezy o charakterze promocyjnym, informacyjnym czy integracyjnym. Przemysł spotkań jest określeniem świadomie wprowadzonym dla podkreślenia rosnącego znaczenia tej rozbudowanej dziedziny. Z pełną odpowiedzialnością można stwierdzić, że branża ta jest jedną z dynamicznie rozwijających się gałęzi globalnej gospodarki.

Innowacja rozumiana jest jako zmiana, która niesie pewną wartość. Innowacja to też nowy sposób działania, niekoniecznie stworzony od zera, także taki powstały w wyniku nowego zastosowania istniejących sposobów lub ich połączenia w sposób nowy, kreatywny, produktywny. Zwykle oczekuje się, że innowacja służyć będzie rozwiązywaniu jakiegoś realnego problemu. Innowacyjności nadawana jest ogromna rola we współczesnym świecie, wiąże się z nią nadzieję na rozwój gospodarczy nie tylko firm, ale całych państw i regionów. Wśród dziedzin szczególnie nadających się do zastosowań innowacyjnych są m.in. medycyna i technika oraz komunikacja i edukacja. A te ostatnie dziedziny w wielkim stopniu realizują się właśnie w formie konferencji, kongresów i innych spotkań.

W niniejszej monografii podjęto przede wszystkim zagadnienie wykorzystania innowacyjnych rozwiązań w zastosowaniu do zwią-

szania efektywności i atrakcyjności spotkań i eventów biznesowych. W tym kontekście warto wspomnieć koncepcję dyfuzji innowacji, która ma bogatą literaturę sięgającą XIX wieku (Gabriel Tarde), a rozwiniętą w latach 60. przez Everetta Rogersa. Spotkania konferencyjno-kongresowe są idealnym przykładem formy działania, które od zawsze służyły przekazywaniu idei, transferowi wiedzy i właśnie – dyfuzji innowacji.

I one same – konferencje, kongresy, spotkania – poddawane są obecnie presji innowacyjności: konieczności zastosowania łączności internetowej, akceptacji dla wszechobecnych smartfonów, pobudzania zaangażowania uczestników poprzez różne zabiegi – reżyserię wydarzenia, techniki nagłośnienia i prezentacji a także wiele innych nowych rozwiązań, jak rozszerzona rzeczywistość, grywalizacja, aplikacje mobilne.

Dla autorów i redaktorów tej monografii jest oczywiste, że tradycyjne konferencje muszą zostać zastąpione przez spotkania innowacyjne, kreatywne i efektywne. Nastąpi to szybko, tak jak następują zmiany w otaczającym nas świecie. Internet jako innowacyjne rozwiązanie potrzebował zaledwie 4 lat aby osiągnąć pułap 50 mln odbiorców, podczas gdy radio osiągnęło to po 38 latach nadawania a telewizja po latach 15. Analogicznie przekształca się tradycyjny model pracy: już dziś ponad 1,3 mld ludzi na świecie, tj. 37% siły roboczej globu, deklaruje pracę zdalną bez przychodzenia „do pracy”. Zmienia się świat, zmieniamy się my i nasze spotkania.

Niniejszy tom został podzielony na trzy części ze względu na tematykę prezentowanych artykułów. W pierwszej części zawarto teksty opisujące znaczenie wiedzy i jej zastosowania w procesach zarządzania w przemyśle spotkań. W drugiej części zostało przedstawione zagadnienie pomiaru efektów spotkań, wykorzystywanych w tym celu metod oraz ich skutków dla decyzji podejmowanych na różnych poziomach. Najobszerniejsza część tomu opisuje kierunki innowacji w przemyśle spotkań, w tym poszczególne, wybrane narzędzia i systemy wykorzystywane dla zapewnienia wzrostu konkurencyjności biznesu poprzez innowacyjność.

Redaktorzy wyrażają podziękowanie autorom za ich zaangażowanie w realizację niniejszego tomu, kompetencję i otwartość. W imieniu wydawcy redaktorzy dziękują także wszystkim osobom i podmiotom, które przyczyniły się do umożliwienia wydania tej publikacji.

Adam Grzegorzczak, Janusz Majewski, Sławomir Wróblewski