

UNIWERSYTET EKONOMICZNY

W POZNANIU

KATEDRA STRATEGII MARKETINGOWYCH

# WSPÓŁPRACA JAKO PRZEJAW INNOWACYJNOŚCI NA RYNKU IMPREZ BIEGOWYCH

---

dr Patrycja Wyciszkiewicz-Zawadzka

patrycja.wyciszkiewicz-zawadzka@ue.poznan.pl



**KIM JESTEM?**

**OD 2022 ROKU  
DOKTOR NAUK O  
ZARZĄDZANIU I JAKOŚCI**

**OD 2011 ROKU  
ZAWODNICZKA,  
LEKKOATLETKA,  
OLIMPIJKA, MEDALISTKA  
MŚ I ME W BIEGU NA 400M  
I SZTAFECIE 4X400M**

Zastosowanie otwartych innowacji w  
tworzeniu wartości dla klienta przez  
organizatorów imprez biegowych



# AGENDA



## OMÓWIENIE OTWARTEGO PODEJŚCIA INNOWACYJNEGO

Prezentacja i przedstawienie założeń innowacji  
otwartych

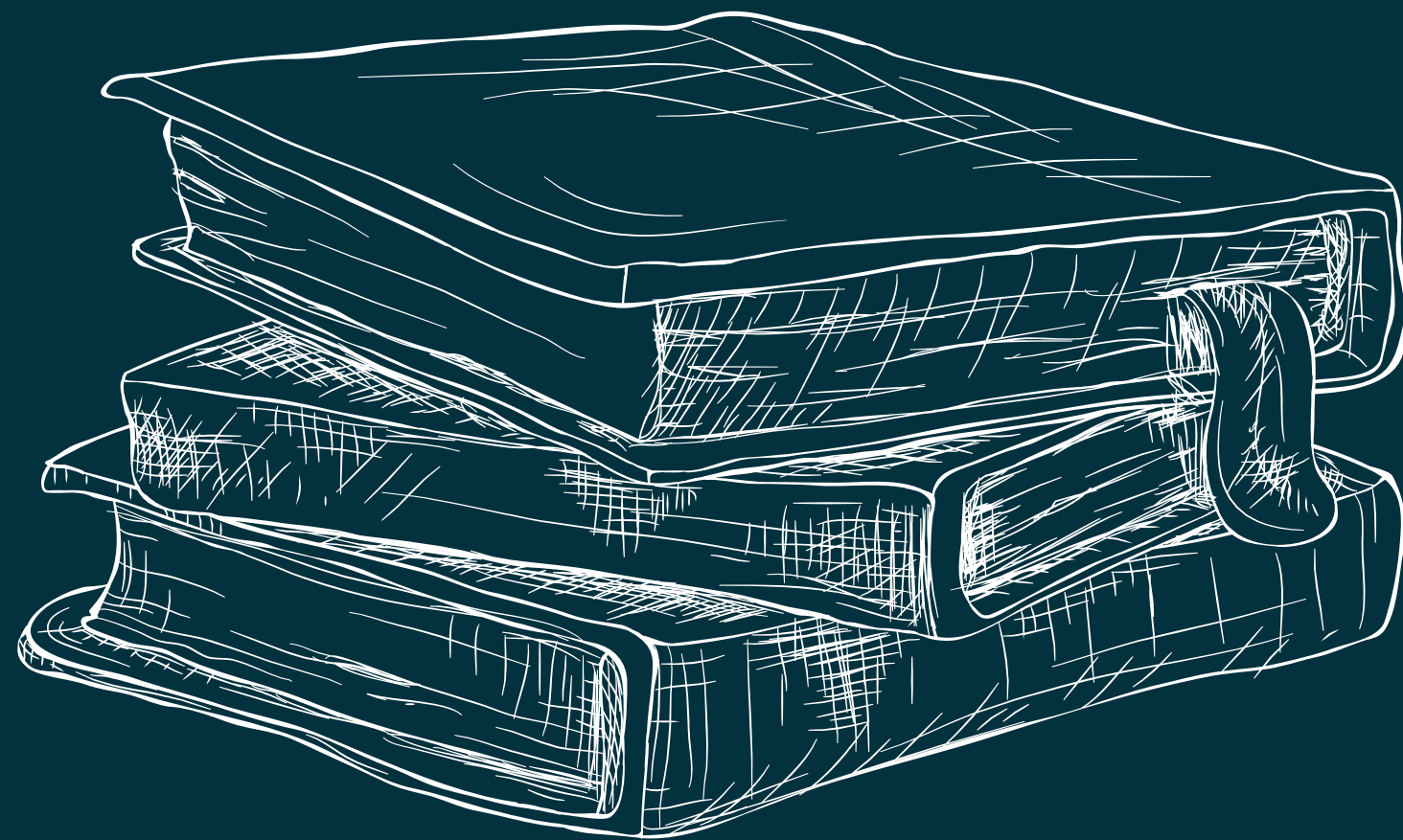
## CO WSPÓLNEGO MA INNOWACYJNOŚĆ ZE WSPÓŁPRACĄ?

Współpraca jako przejaw innowacyjności

## PREZENTACJA WYNIKÓW BADAŃ

Z kim i dlaczego warto współpracować?

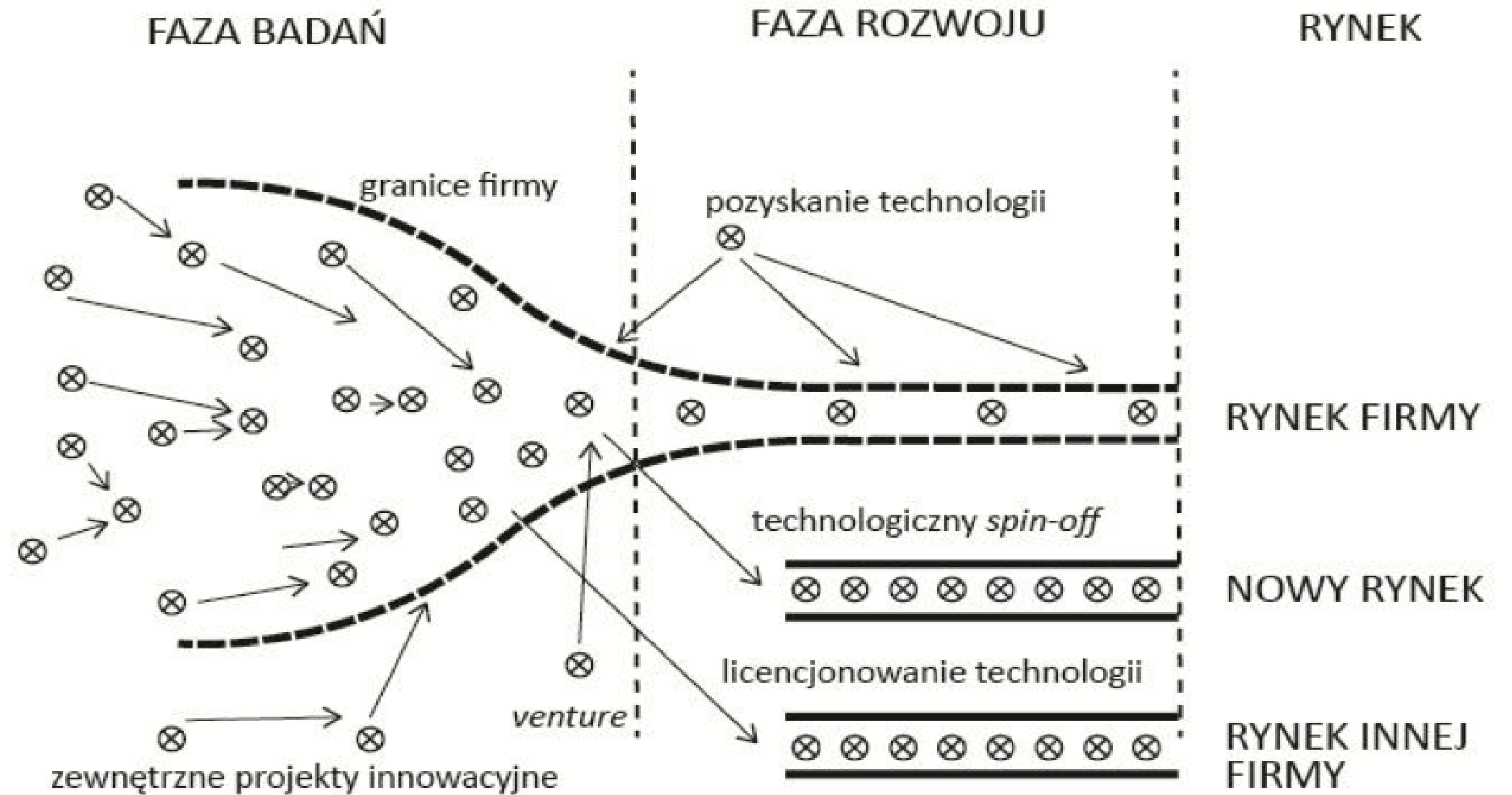
## KILKA DEFINICJI



### OTWARTE INNOWACJE I WARTOŚĆ DLA KLIENTA

- współpraca „podejmowanie działań wzajemnie zgodnych i uzupełniających się oraz mających pozytywne znaczenie z punktu widzenia ich wpływu na osiągnięcie celów przedsiębiorstw (Lichtarski),
- otwarte innowacje to przejaw podejmowanej współpracy z podmiotami w otoczeniu, jest to zmiana w sposobie używania, zarządzania, generowania wartości, zatrudniania (Stanisławski, Szymański, Trębska, 2018),
- wartość dla klienta jest skorelowana z jego odczuciami, zarówno indywidualnymi, jak i tymi występującymi grupowo (Prahalad, Ramaswamy, 2005).

# OTWARTE INNOWACJE



# Z kim może współpracować organizator imprezy biegowej?



## DOSTAWCY

np. producenci  
medali, koszulek,  
gastronomia, pomiar  
czasu



## BIEGACZE

osoby startujące w  
"naszych" biegach, ale  
i u konkurencji



## INSTYTUCJE

uczelnie wyższe,  
samorząd terytorialny,  
ministerstwa,  
sponsorzy, policja,  
straż, pogotowie,  
wolontariaty itp.



## INNI ORGANIZATORZY

wydarzeń biegowych,  
sportowych,  
kulturalnych

# DLACZEGO WARTO WSPÓŁPRACOWAĆ?

## OBNIŻENIE KOSZTÓW TWORZENIA INNOWACJI

Dostęp do zasobów dotychczas nieposiadanych, rozłożenie kosztów związanych z B+R.

## MOŻLIWOŚĆ WYPRACOWANIA PRZEWAGI KONKURENCYJNEJ

Wprowadzenie zmian powoduje wzrost konkurencyjności np. poprzez obniżanie kosztów produkcji czy zatrudnienia, stworzenia nowego/lepszego produktu, personalizacji.

## BUDOWANIE RELACJI OPARTYCH NA WZAJEMNYM ZROZUMIENIU

Partnerom zależy na osiągnięciu wspólnej korzyści.

# PRZESŁANKI I BARIERY STOSOWANIA INNOWACJI OTWARTYCH

WYNIKI BADAŃ

**ZASOBY LUDZKIE**

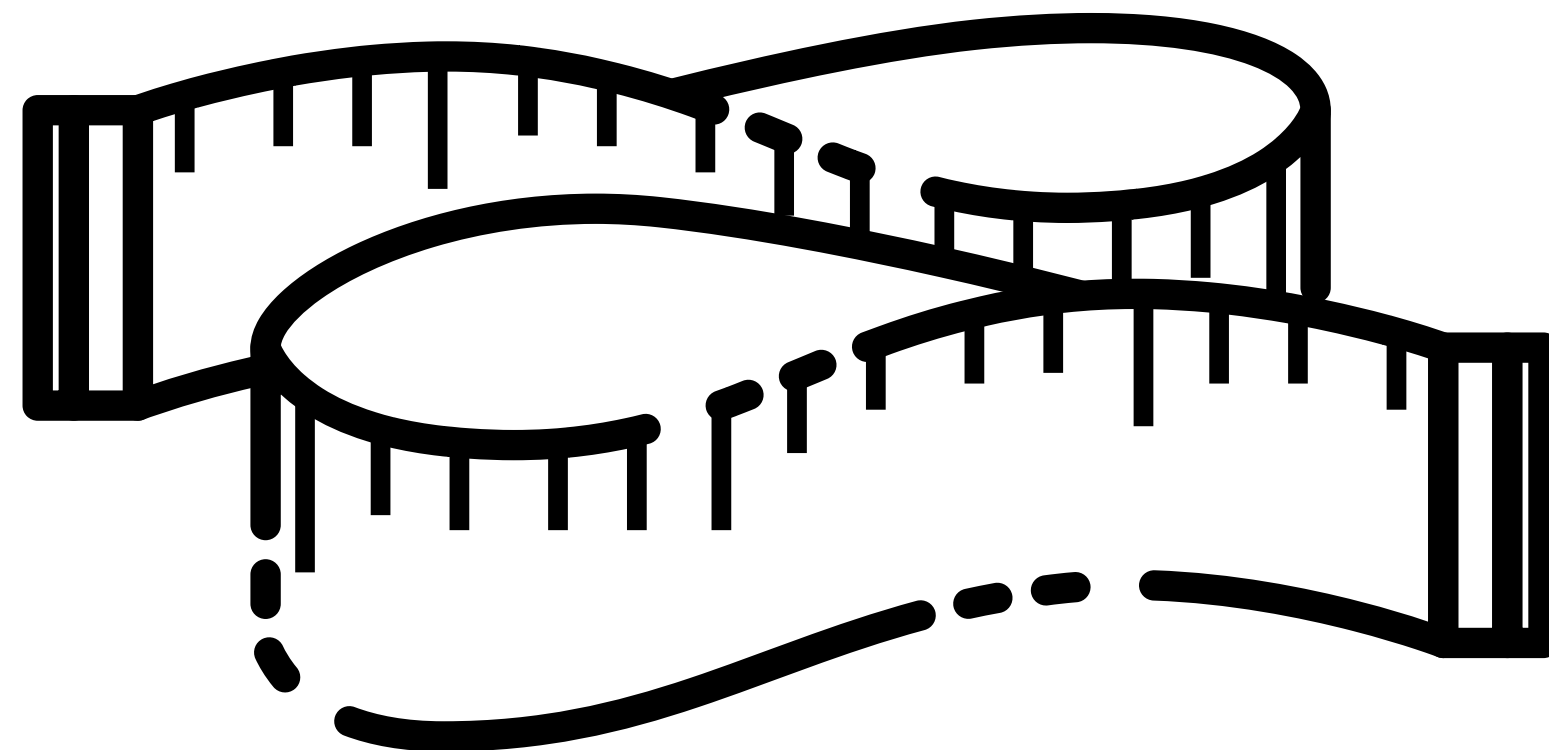
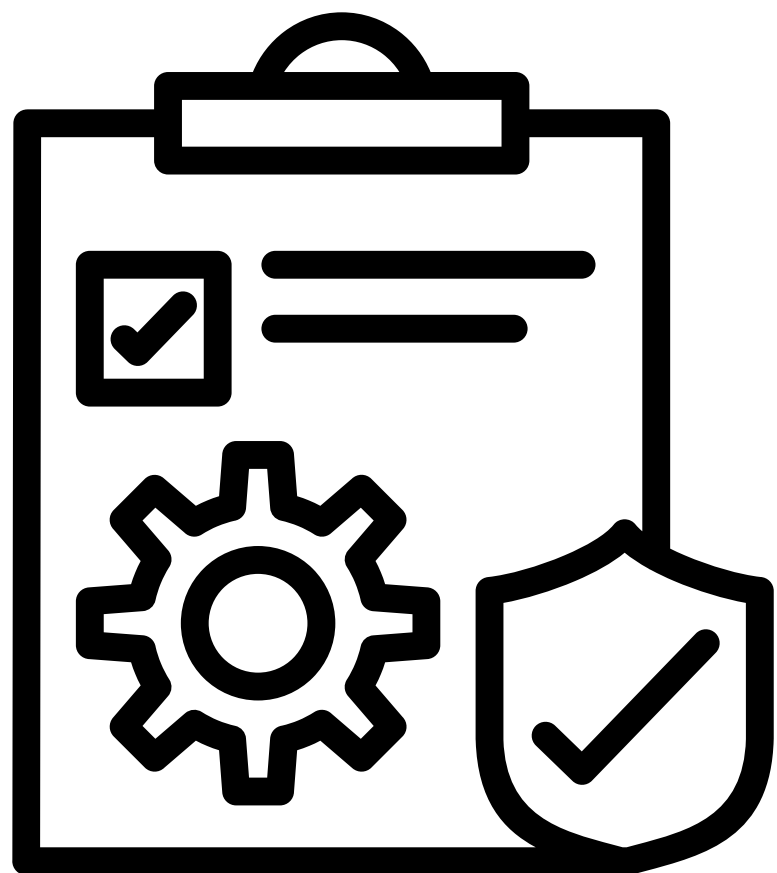
**FINANSE**

**RYZYZKO ZWIĄZANE ZE  
ZMIANĄ**

**DWOISTOŚĆ POSTAWY**

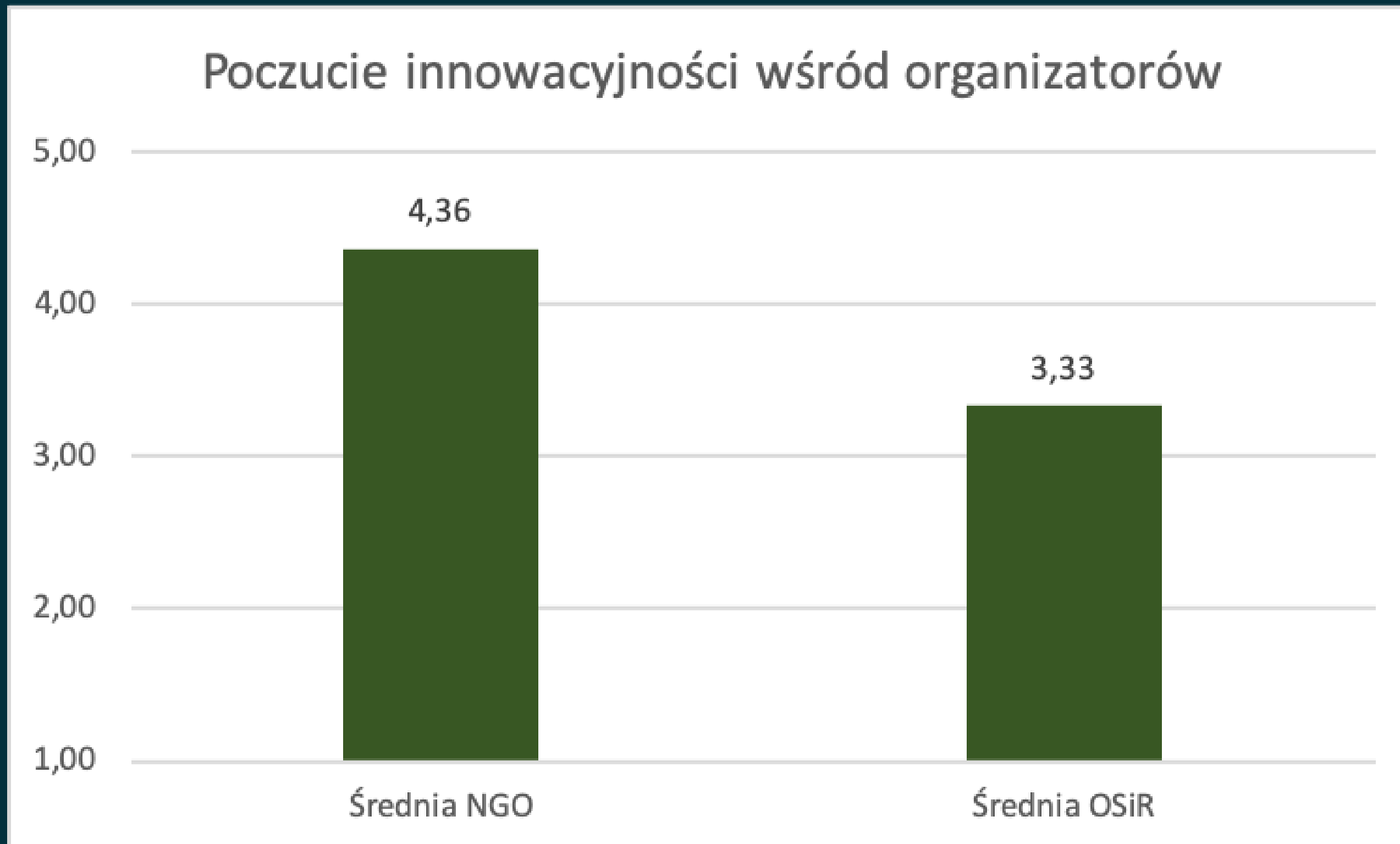


# ZAŁOŻENIA BADAWCZE



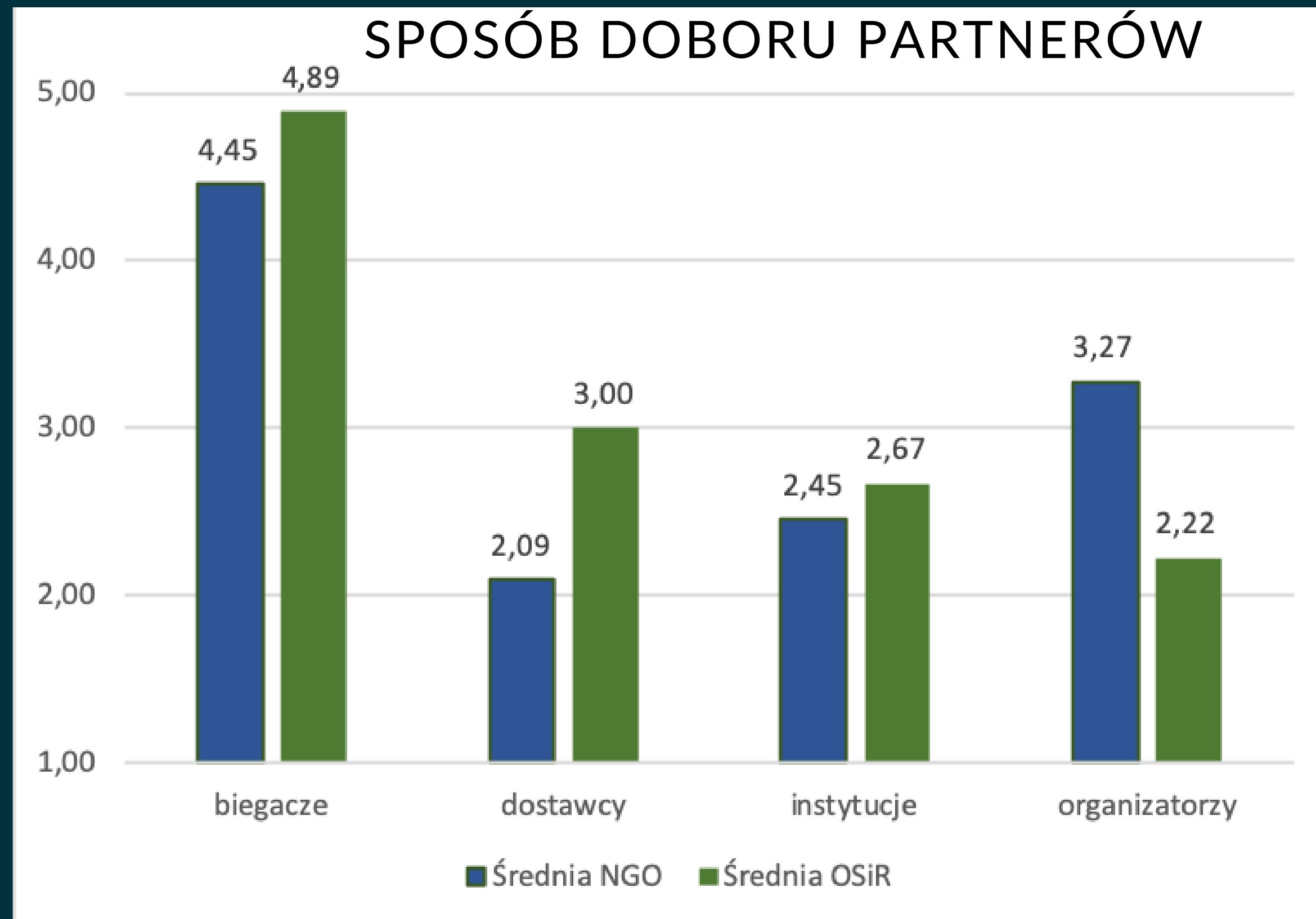
# A JAK TO WYGLĄDA W PRAKTYCE?

## WYNIKI BADAŃ



# A JAK TO WYGLĄDA W PRAKTYCE?

## WYNIKI BADAŃ

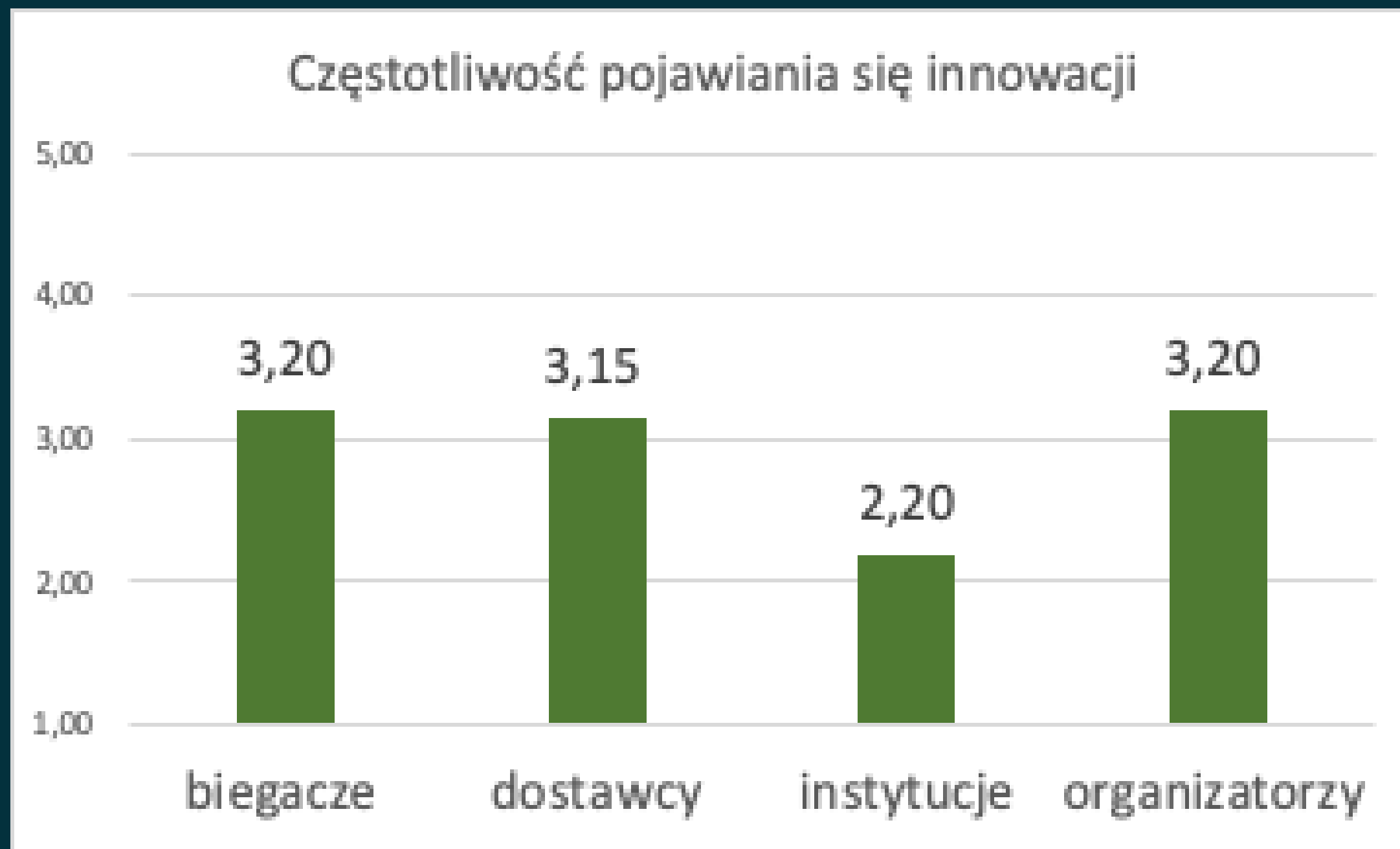


1- wybór ściśle selektywny, 5 - w pełni swobodny

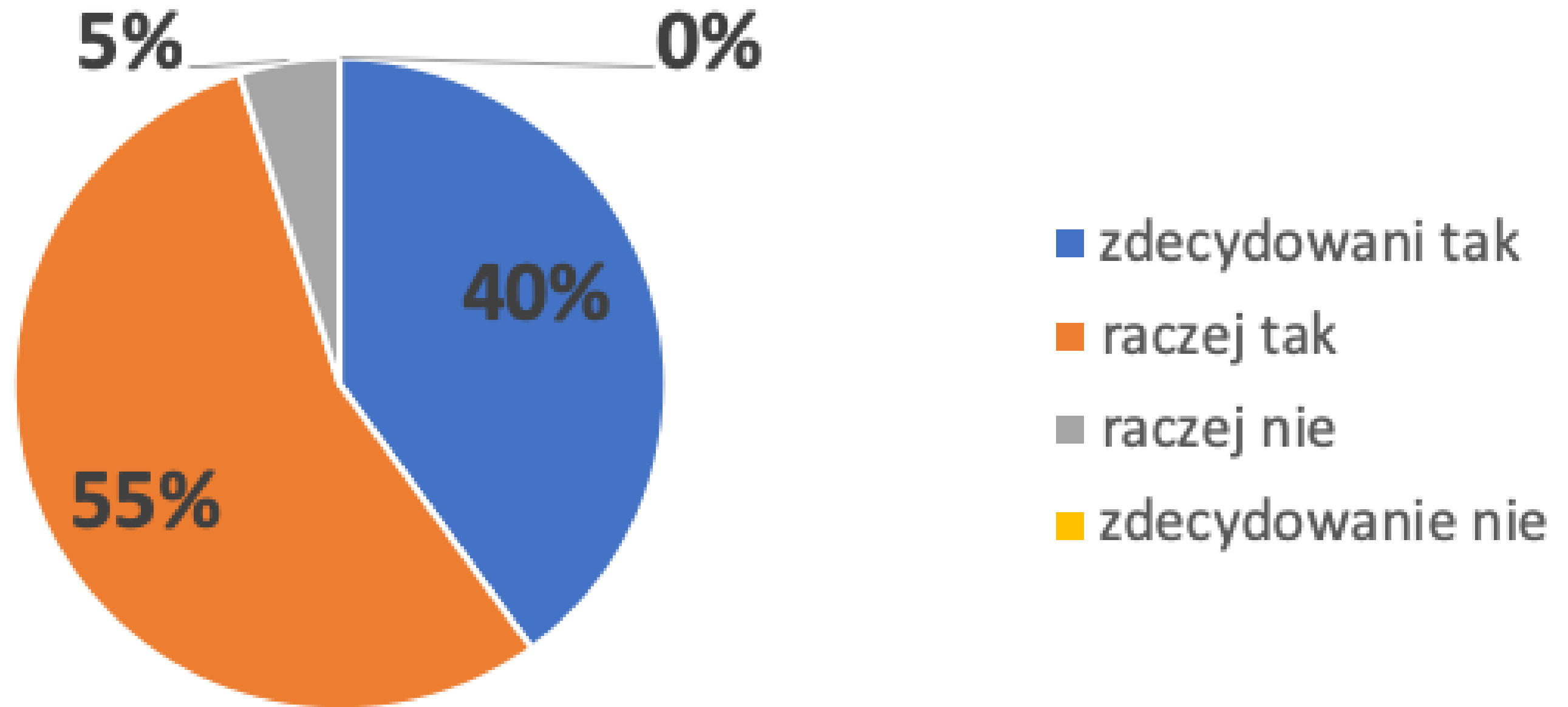


# A JAK TO WYGLĄDA W PRAKTYCE?

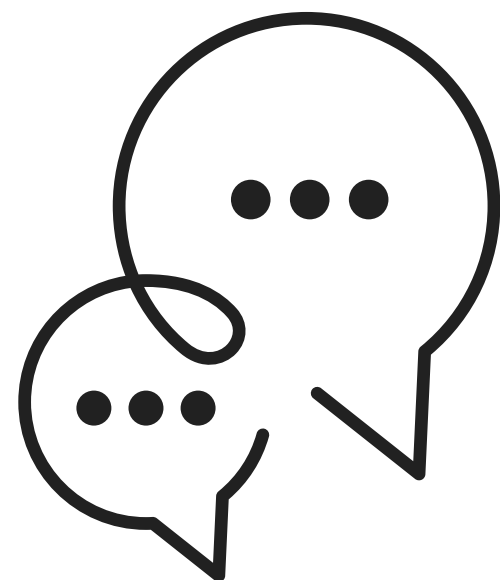
## WYNIKI BADAŃ



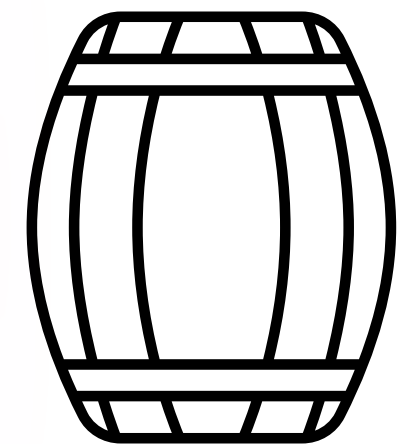
# SKŁONNOŚĆ ORGANIZATORÓW IMPREZ BIEGOWYCH DO DZIELENIA SIĘ WIEDZĄ Z INNYMI ORGANIZATORAMI



# Przykłady innowacyjnych rozwiązań powstałych w ramach współpracy

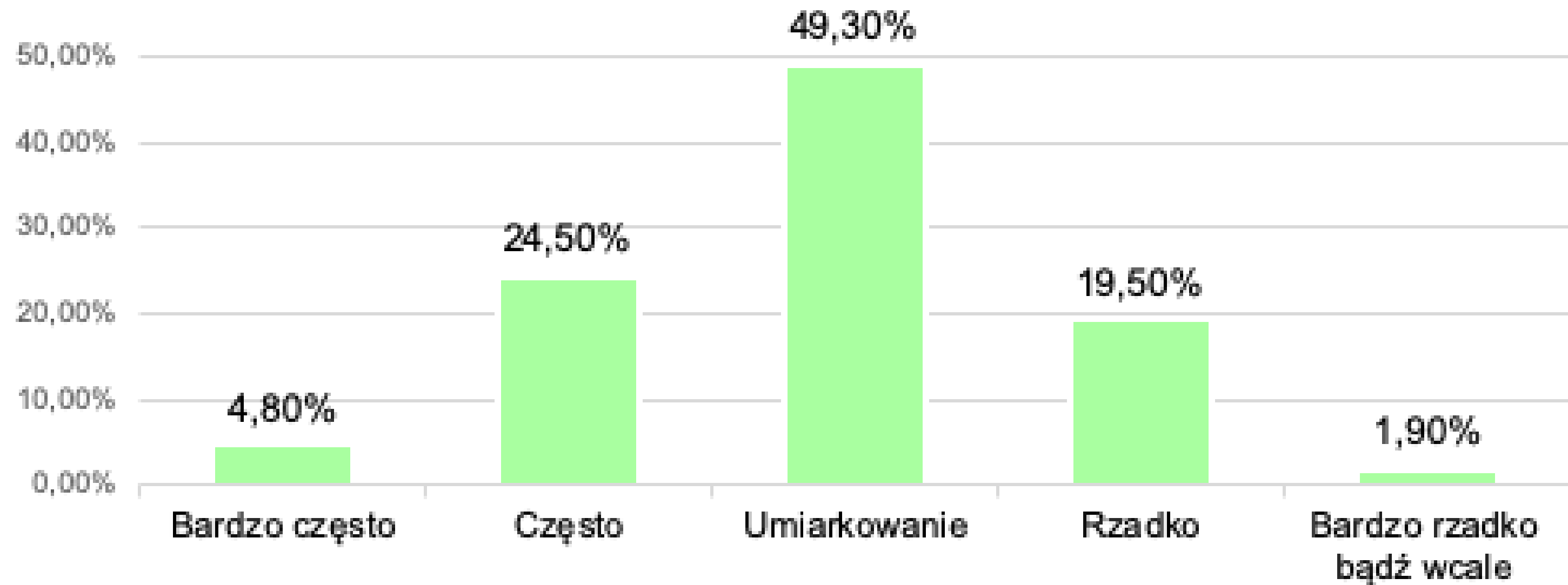


3W1





# INNOWACYJNOŚĆ W OCZACH BIEGACZY



# INNOWACYJNOŚĆ W OCZACH BIEGACZY



# CZY KONKURENCI MOGĄ WSPÓŁPRACOWAĆ?





# Kierunki rozwoju i tworzenia innowacji

EKOLOGIA



TECHNOLOGIA



ROZWÓJ  
PRODUKTU



COVID-19



UNIWERSYTET EKONOMICZNY

W POZNANIU

KATEDRA STRATEGII MARKETINGOWYCH

# ZAPRASZAM DO DYSKUSJI

---

dr Patrycja Wyciskiewicz-Zawadzka  
patrycja.wyciskiewicz-zawadzka@ue.poznan.pl



UNIWERSYTET EKONOMICZNY

W POZNANIU

KATEDRA STRATEGII MARKETINGOWYCH

**DZIĘKUJĘ ZA UWAGĘ**

---

dr Patrycja Wyciskiewicz-Zawadzka  
patrycja.wyciskiewicz-zawadzka@ue.poznan.pl