

Michał Żemła

Katowice School of Economics

Streszczenie

Konkurencyjność obszarów recepcji turystycznej a paradygmat przewagi konkurencyjnej opartej na związkach międzyorganizacyjnych

W artykule wskazano na potrzebę nowego podejścia do zarządzania konkurencyjnością obszarów recepcji turystycznej czerpiącego podstawowe idee z coraz powszechniej akceptowanego na rynku przedsiębiorstw paradygmatu przewagi konkurencyjnej opartego na związkach międzyorganizacyjnych. Branża turystyczna ze swej natury jest przemysłem opartym na współpracy i powiązaniach sieciowych poszczególnych podmiotów. Entuzjastycznie wspierana w literaturze anglojęzycznej koncepcja zarządzania sieciowego w branży turystycznej nie jest wolna jednak od istotnych problemów związanych ze szczególnym charakterem branży turystycznej, które czynią prostą aplikację zasad opracowanych na potrzeby zarządzania przedsiębiorstwami uczestniczącymi w sieciach relacji trudną, a wręcz niewskazaną. Spośród tych cech jako najważniejsze wskazano i omówiono: zdefiniowanie przestrzenne sieci i niedobrowolny charakter uczestnictwa w sieci, szczególną rolę wolnych dóbr turystycznych, dominację małych, a często bardzo małych przedsiębiorstw w branży turystycznej, zróżnicowanie uwarunkowań pomiędzy poszczególnymi obszarami oraz niemożliwość precyzyjnego wyznaczenia granic pomiędzy poszczególnymi sieciami.