

W przypadku coraz wi kszej liczby miast dostrzega si korzy ci płyn ce z rozwijania turystyki biznesowej (inaczej okre lanej jako bran a spotka ), co znajduje wyraz w licznych inwestycjach infrastrukturalnych, jak np. budowa centrum konferencyjnego ICE Kraków czy Mi dzynarodowego Centrum Kongresowego w Katowicach. Sukces tej bran y jest jednak w du ym stopniu determinowany działalno ci convention bureaux, czyli podmiotów, które odpowiadaj za promocj oferty okre lonego kraju, regionu b d miasta na krajowym i mi dzynarodowym rynku turystyki biznesowej (UNWTO 2010). Mimo to, jak dot d nie badano, jaki wpływ maj te instytucje na konkurencyjno nie tylko lokalnej bran y spotka , lecz również całego miasta. Dlatego przygotowano projekt badawczy, który pomo e znale odpowied na pytanie, w jaki sposób działalno convention bureau wpływa na konkurencyjno miasta. Tym samym jego celem b dzie okre lenie zakresu oraz stopnia oddziaływania convention bureaux na konkurencyjno polskich miast.

Rozw a nia b d prowadzone na gruncie nauk ekonomicznych, w szczególno ci: zasobowej teorii konkurencyjno ci oraz neoinstytucjonalizmu, a ł czenie tych dwóch podej nie było cz sto stosowane w badaniach naukowych. W pierwszym przypadku osi ganie przewagi nad rywalami w d eniu do tych samych celów jest wyja niane przez pryzmat zasobów, którymi dysponuje okre lone przedsi biorstwo lub miasto (Stankiewicz 2005; emła 2010). Natomiast neoinstytucjoni ci podkre łaj znaczenie dla gospodarki szeroko rozumianych instytucji, do których zaliczane s nie tylko fizycznie istniej ce podmioty, lecz tak e zespoły norm i zasad (Romanow 1997). Z kolei podstawow rol instytucji jest ograniczanie kosztów transakcyjnych, jak koszt poszukiwania informacji, negocjacji, realizacji kontraktu oraz innych powstaj cych w zwi zku z zawieraniem transakcji (Iwanek & Wilkin 1998). W oparciu o powy sze podej cia teoretyczne zało ono, e convention bureau oddziałuje na konkurencyjno miasta jako instytucja redukuj ca koszty transakcyjne w bran y spotka .

Projekt zostanie zrealizowany w latach 2015-2017 i obejmie 10 convention bureaux, działaj cych w polskich miastach (Gda sku, Bydgoszczy, Katowicach, Kielcach, Krakowie, Łodzi, Poznaniu, Toruniu, Warszawie i Wrocławiu), a zagraniczne case studies zostan wykorzystane do porówna . Podstaw projektu b d informacje uzyskane podczas przeprowadzenia standaryzowanych wywiadów bezpo rednich z osobami zarz dzaj cymi polskimi convention bureaux. Natomiast ich uzupełnienie stanowi b d dane statystyczne, obrazuj ce potencjał polskiej bran y spotka oraz opinie przedstawicieli przedsi biorców i samorz du.

1. Iwanek, M. & Wilkin, J., 1998. Instytucje i instytucjonalizm w ekonomii, Warszawa: Uniwersytet Warszawski.
2. Romanow, Z.B., 1997. Historia my li ekonomicznej w zarysie, Pozna : Akademia Ekonomiczna w Poznaniu.
3. Stankiewicz, M.J., 2005. Konkurencyjno przedsi biorstwa: budowanie konkurencyjno ci przedsi biorstwa w warunkach globalizacji, Toru : TNOiK Dom Organizatora.
4. UNWTO, 2010. Survey on Destination Governance. Evaluation Report, Madrid.
5. emła, M., 2010. Warto dla klienta w procesie kształtowania konkurencyjno ci obszaru recepcji turystycznej, Katowice: Górno l ska Wy sza Szkoła Handlowa im. Wojciecha Korfantego.