

ZDOLNOŚĆ DO ABSORPCJI WIEDZY W PRZEDSIĘBIORSTWACH TURYSTYCZNYCH – IDENTYFIKACJA ZNACZENIA I MOŻLIWOŚCI POMIARU*

MARCIN OLSZEWSKI¹, MARLENA BEDNARSKA²

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

¹ e-mail: marcin.olszewski@ue.poznan.pl

² e-mail: m.bednarska@ue.poznan.pl

SŁOWA KLUCZOWE

zdolność do absorpcji, wiedza, gospodarka turystyczna

STRESZCZENIE

Ze względu na dużą dynamikę zmian na współczesnym rynku turystycznym, podmioty zaangażowane w obsługę ruchu turystycznego potrzebują zasobów ludzkich zorientowanych na ciągłe podnoszenie swoich kompetencji. Zasoby wiedzy mają bowiem strategiczny charakter dla przedsiębiorstw turystycznych funkcjonujących w turbulentnym otoczeniu. Umiejętność wykorzystania wiedzy spoza organizacji jest w dużym stopniu funkcją posiadanej wiedzy i umiejętności rozpoznania wartości nowej wiedzy oraz jej asymilacji i adaptacji. Celem artykułu jest identyfikacja znaczenia zdolności do absorpcji wiedzy dla podmiotów gospodarki turystycznej, a także określenie sposobów jej konceptualizacji i operacjonalizacji w oparciu o dotychczasowe prace badawcze. W artykule zaprezentowano aktualny stan badań nad zagadnieniem zdolności do absorpcji wiedzy w turystyce i wskazano kierunki dalszych badań.

* Publikacja powstała w wyniku realizacji projektu badawczego „Transfer wiedzy z uczelni wyższych do przedsiębiorstw – uwarunkowania i znaczenie dla innowacyjności gospodarki turystycznej” (UMO-2014/15/D/HS4/01217), sfinansowanego ze środków Narodowego Centrum Nauki.

Wprowadzenie

Rozwój kompetencji pracowników zajmujących się obsługą ruchu turystycznego w dużym stopniu opiera się na informacjach i wiedzy zdobytych poza organizacją, m.in. w zewnętrznych firmach szkoleniowych, na targach i spotkaniach branżowych, portalach internetowych, w prasie fachowej czy na uczelniach wyższych. Zasoby te są praktycznie nieograniczone. Niezbędna jest jednak umiejętność odnalezienia takiej wiedzy, która jest potrzebna przedsiębiorstwu, tzn. jest zgodna z potrzebami informacyjnymi pracowników i organizacji. Konieczna jest także umiejętność adaptacji nowej wiedzy do warunków funkcjonowania przedsiębiorstwa oraz jej wykorzystanie w praktyce. Pozyskanie i wykorzystanie zewnętrznej wiedzy wymaga więc od przedsiębiorstwa umiejętności określanych jako zdolność do absorpcji.

Zmiany zachodzące w ostatnich trzech dekadach spowodowały, że współczesny ład ekonomiczny określamy takimi pojęciami, jak nowa gospodarka lub gospodarka oparta na wiedzy. Kluczowym zasobem przedsiębiorstw stały się informacja i wiedza. Według Nonaki (1998, s. 21), „w gospodarce, w której pewną rzeczą jest tylko niepewność”, wiedza jest kluczowym źródłem trwałej przewagi konkurencyjnej, szczególnie w długim horyzoncie czasowym (Gallupe, 2001). Znaczenie wiedzy jako zasobu strategicznego dostrzeżono najpierw w działalności związanej z nowoczesnymi technologiami (przedsiębiorstwa wiedzołonne – KIS). Jednak coraz częściej wskazuje się na konieczność rozwijania lub pozyskiwania zasobów wiedzy przez przedsiębiorstwa *high touch* i *low tech*, a w szczególności te z branży turystycznej.

Znaczenie wiedzy jako zasobu niezbędnego do skutecznego konkurowania powoduje, że wzrasta na niego zapotrzebowanie. Ewentualny niedostatek zasobu wiedzy w stosunku do potrzeb informacyjnych określany jest jako luka wiedzy. Jej niwelowanie możliwe jest dzięki tworzeniu zasobów wewnątrz przedsiębiorstwa (np. poprzez działy R & D) oraz ich pozyskiwanie spoza organizacji. Współcześnie rośnie znaczenie zewnętrznych źródeł wiedzy, które pozyskiwane są przez przedsiębiorstwa na rynkach zasobów wiedzy. Rynki te cechuje duża niedoskonałość, która wiąże się z ograniczeniem pełnego dostępu do pożądaných zasobów. Trudności z pozyskaniem wiedzy spoza organizacji wynikają nie tylko z wad rynków zasobów, ale także z cech wiedzy i przedsiębiorstw turystycznych. Ze względu na komplementarny i heterogeniczny charakter produktu cechują je wyjątkowo intensywne i różnicowane powiązania z podmiotami otoczenia. Powiązania te powodują, że przedsiębiorstwa turystyczne są zależne od zewnętrznych źródeł wiedzy w większym stopniu niż inne rodzaje działalności gospodarczej (Thomas, Wood, 2014). W efekcie rośnie znaczenie zdolności do absorpcji wiedzy zewnętrznej.

Problematyka zdolności do absorpcji wiedzy, mimo że podejmowana w odniesieniu do wielu rodzajów działalności gospodarczej, nie była przedmiotem pogłębionych badań w przedsiębiorstwach turystycznych (Nieves, Quintana, Osorio, 2015). Jak dodaje Show (2015, s. 46), pozostaje ona „szczególnie zaniedbanym obszarem badań w turystyce”. Dopiero w ostatnich latach (2014–2015) można dostrzec wzrost liczby publikacji i prac badawczych poświęconych temu zagadnieniu w przedsiębiorstwach turystycznych. Celem artykułu jest identyfikacja znaczenia zdolności do absorpcji wiedzy dla podmiotów gospodarki turystycznej, a także sposobów jej konceptualizacji

i operacjonalizacji. Artykuł składa się z trzech części. W pierwszej przedstawione zostało pojęcie zdolności do absorpcji. Część druga stanowi przegląd badań przeprowadzony w oparciu o metodę SALSA, której efektem jest systematyzacja dotychczasowych prac badawczych poświęconych zdolności do absorpcji wiedzy w turystyce. W części trzeciej przedstawione zostały wnioski dotyczące znaczenia zdolności do absorpcji wiedzy w przedsiębiorstwach turystycznych. W zakończeniu zawarto propozycje dalszych badań poświęconych tej problematyce.

Istota i znaczenie zdolności do absorpcji wiedzy

Pojęcie zdolności do absorpcji w literaturze ujmowane jest na dwa sposoby: procesowe (bezpośrednie) i podmiotowe (pośrednie). W podejściu procesowym zdolność do absorpcji jest to sekwencja działań, umiejętności przedsiębiorstwa i jego członków (zob. Flatten, Greve, Brettel, 2011; Jiménez-Barrionuevo, García-Morales, 2011) związanych z pozyskaniem, przekształceniem i wykorzystaniem wiedzy spoza organizacji. Cohen i Levinthal (1990, s. 128) zdefiniowali ją jako „zdolność przedsiębiorstwa do rozpoznania wartości nowych, zewnętrznych informacji, przystosowania ich, oraz zastosowania do celów komercyjnych”. W podejściu podmiotowym pojęcie zdolności do absorpcji utożsamia się z ludźmi, którzy posiadają umiejętność absorpcji wiedzy. Najczęściej przyjmuje się, że są to absolwenci uczelni wyższych oraz pracownicy zaangażowani w działalność rozwojową i badawczą (Cohen, Levinthal, 1990; Andriambeloson, Ramangalahy, 2004). W tym ujęciu zdolność do absorpcji będzie tym większa, im większy będzie udział tych pracowników w całej populacji zatrudnionych w przedsiębiorstwie.

Zdolność do absorpcji związana jest z umiejętnością uczenia się i rozwiązywania problemów. Pozwala ona na skuteczne przekształcanie elementów wejścia do przedsiębiorstwa (informacji i wiedzy) w elementy wyjścia (nowa wiedza, nowe, doskonalsze usługi). Poziom zdolności do absorpcji wiedzy uwarunkowany jest wiedzą już zgromadzoną w przedsiębiorstwie. Pojęcie tzw. bazy wiedzy (*knowledge base*) oznacza dotychczasowy stan zasobów wiedzy będący w dyspozycji przedsiębiorstwa (Kim, 1997). Organizacje wykorzystują je do pozyskiwania nowej wiedzy i przekształcania jej w innowacyjne produkty (Wensley, Navarro, 2015). Szybkość uczenia się zależy więc od tego, co już znane. O zdolności do absorpcji decydują także indywidualne umiejętności pracowników (Valentina, Passiante, 2009). Oznacza to, że organizacyjna zdolność do absorpcji wiedzy w dużym stopniu zależy od indywidualnych umiejętności uczenia się członków tej organizacji (Cohen, Levinthal 1990). Na poziom zdolności do absorpcji wpływają także rutyny i procesy organizacyjne związane z komunikacją wewnątrz przedsiębiorstwa (Cohen, Levinthal, 1990) oraz zewnętrzne powiązania z podmiotami otoczenia (Wensley, Navarro, 2015).

Pogłębioną konceptualizację zdolności do absorpcji przeprowadzili Zahra i George (2002), którzy wyodrębnili cztery bardziej szczegółowe etapy, tj. pozyskanie, asymilację, transformację i wykorzystanie wiedzy. Dwa pierwsze etapy tworzą tzw. potencjalną zdolność do absorpcji wiedzy, a dwa ostatnie zrealizowaną (faktyczną) zdolność. Poprzez zdolność do pozyskania wiedzy rozumieć należy umiejętność identyfikacji tych zasobów w otoczeniu oraz pozyskania ich z zewnętrznych źródeł. Zdolność do asymilacji wiedzy polega na interpretacji pozyskanej wiedzy

w kontekście strategicznych potrzeb przedsiębiorstwa. Celem tego etapu jest zrozumienie kontekstu pozyskanej wiedzy, co umożliwi transformację wiedzy. Jej istotą jest powiązanie nowej wiedzy z już istniejącą. Ten etap pozwala na rozpoznanie nowych możliwości tkwiących we wnętrzu przedsiębiorstwa i jego otoczeniu. Ostatnim etapem jest wykorzystanie wiedzy, które oznacza zastosowanie nowej wiedzy w praktyce biznesowej. Istotne jest, aby wykorzystywanie wiedzy nie miało przypadkowego charakteru, ale opierało się na istniejących w przedsiębiorstwie rutynach, które tworzą trwałe i powtarzalny mechanizm wykorzystania wiedzy. Podział na potencjalną i faktyczną zdolność do absorpcji wskazuje, że samo pozyskanie wiedzy nie musi przynieść pożądaných efektów ekonomicznych. Dopiero wiedza odpowiednio przekształcona i wykorzystana sprawia, że potencjalne korzyści z nowej wiedzy uzyskują wartość rynkową.

Z dotychczasowych badań prowadzonych przede wszystkim w przemyśle wynika, że zdolność do absorpcji wiedzy ma istotne znaczenie dla działalności przedsiębiorstw. Badacze identyfikują dwa rodzaje powiązań pomiędzy zdolnością do absorpcji a wynikami. Pierwszy ma charakter bezpośredni, w którym przedmiotem badań było oddziaływanie zdolności do absorpcji wiedzy wprost na efekty działalności gospodarczej wyrażone miarami finansowymi. Takie badania prowadzili m.in. Yeoh (2009), Flatten, Greve i Brettel (2011) oraz Tzokas, Kim, Akbar i Al-Dajani (2015). Wpływ pośredni ma miejsce, gdy zdolność do absorpcji oddziałuje na wyniki poprzez inne zmienne. Z prowadzonych do tej pory badań wynika, że jest to przede wszystkim przepływ wiedzy i innowacyjność przedsiębiorstw. Keller (1996) oraz Zander i Kogut (1995) wykazali, że zdolność do absorpcji jest czynnikiem determinującym transfer wiedzy pomiędzy nadawcą i odbiorcą. Muscio (2007) ustalił, że poprawia ona współpracę z innymi organizacjami. Escribanos, Fosfurib i Tribó (2009) wykazali, że zdolność do absorpcji zwiększa innowacyjność przedsiębiorstw poprzez poprawę wykorzystania przez nie wiedzy.

Podsumowując, zdolność do absorpcji wiedzy była do tej pory przedmiotem licznych badań empirycznych prowadzonych przede wszystkim w przedsiębiorstwach produkcyjnych. Na ich podstawie można stwierdzić, że ma ona istotne znaczenie dla transferu wiedzy spoza organizacji, wpływa na innowacyjność przedsiębiorstw, sprzyja poprawie wyników. W kolejnej części artykułu przedstawiono odpowiedź na pytanie, w jakim zakresie powyższa problematyka podejmowana była w odniesieniu do podmiotów gospodarki turystycznej.

Badania empiryczne dotyczące zdolności do absorpcji wiedzy w przedsiębiorstwach turystycznych – systematyczne studium literatury

W tej części artykułu przeprowadzono krytyczny przegląd literatury poświęcony efektom i metodom pomiaru zdolności do absorpcji wiedzy w przedsiębiorstwach turystycznych. Na potrzeby opracowania przeprowadzono systematyczne studia literaturowe wykorzystujące podejście SALSA (Search, Appraisal, Synthesis, Analysis) (Booth, Papaioannou, Sutton, 2012). Celem tego badania była identyfikacja dotychczasowych prac badawczych poświęconych zdolności do absorpcji wiedzy w podmiotach gospodarki turystycznej. Źródłem informacji na temat artykułów była naukowa baza danych Scopus, prowadzona przez wydawnictwo Elsevier. W efekcie wyszukania

frazy „zdolność do absorpcji” (*absorptive capacity*) uzyskano 3075 artykułów opublikowanych w latach 1923–2015, zawierających powyższe określenie w tytule, słowach kluczowych lub abstrakcie.

W kolejnym kroku przeprowadzono redukcję artykułów do tych, w których problem zdolności do absorpcji wiedzy dotyczy podmiotów gospodarki turystycznej. W tym celu, w uzyskanych wynikach wyszukano 44 artykuły zawierające frazy: *tourism, hotel, hospitality, restaurant, catering industry* w tytule, słowach kluczowych lub abstrakcie. Następnie, w oparciu o analizę abstraktów, do dalszej analizy zakwalifikowane zostały te, które są dostępne w wersji pełnotekstowej, mają charakter empiryczny oraz w których podmiotem badań są przedsiębiorstwa turystyczne. W efekcie uzyskano 11 artykułów, opublikowanych w latach 2008–2015. W kolejnym etapie, na podstawie analizy treści całego artykułu, zidentyfikowano sposoby konceptualizacji i operacjonalizacji zdolności do absorpcji oraz metody jej pomiaru. Określono także najważniejsze efekty tych pomiarów, a szczególnie znaczenie zdolności do absorpcji wiedzy w procesie poprawy innowacyjności przedsiębiorstw. Wyniki tych prac przedstawiono w tabeli 1. Zakres czasowy publikacji poświęconych zdolności do absorpcji wskazuje, że jest to problematyka nowa i ciesząca się rosnącym zainteresowaniem badaczy gospodarki turystycznej.

Dotychczasowe badania poświęcone zdolności do absorpcji wiedzy w gospodarce turystycznej prowadzone były przede wszystkim w przedsiębiorstwach hotelarskich (Herath, Mahmood, 2014; Thomas, Wood, 2014; Pace, 2015; Nieves, Quintana, Osorio, 2015). Kumar, Kumar i de Grosbois (2008) oraz Valentina i Passiante (2009) uwzględnili kilka rodzajów działalności wchodzących w skład gospodarki turystycznej (hotele, gastronomia, transport, atrakcje). Hoarau (2014) przeprowadził pogłębione badanie wśród przedsiębiorstw zajmujących się turystyką morską. Wang (2008) oraz Thomas i Wood (2015) badaniami objęli podmioty turystyki biznesowej, takie jak: convention bureaus, organizatorzy konferencji oraz obiekty konferencyjne.

Do oceny zdolności do absorpcji wiedzy w przedsiębiorstwach turystycznych wykorzystywane były narzędzia badawcze rozwinięte i zweryfikowane w badaniach dotyczących innych rodzajów działalności gospodarczej (np. Herath, Mahmood, 2014). Badacze odwoływali się najczęściej do propozycji podziału na cztery etapy: pozyskanie, asymilacja, transformacja i wykorzystanie wiedzy (Zahra, George, 2002). Niewielu badaczy zdecydowało się na modyfikację metody i jej przystosowanie do potrzeb przedsiębiorstw turystycznych. Thomas i Wood dostosowali skale pomiaru zdolności do absorpcji wiedzy do przedsiębiorstw hotelowych (2014) oraz podmiotów turystyki biznesowej (2015). Wykorzystując dotychczasowe sposoby pomiaru stosowane w przemyśle, zaproponowali narzędzie badawcze, która uwzględnia odmienne cechy tych podmiotów gospodarki turystycznej.

Zdolność do absorpcji wiedzy w przedsiębiorstwach turystycznych badana była przede wszystkim przy wykorzystaniu metod opartych na subiektywnej ocenie respondenta, a w mniejszym zakresie przy zastosowaniu miar obiektywnych. Wykorzystanie miar subiektywnych oznaczało badanie postrzegania procesów składających się na zdolność do absorpcji wiedzy przy pomocy skal mierzących postawy, np. skal Likreta (Lee, 2008; Valentina, Passiante, 2009; Thomas, Wood, 2015). Taka ocena, w dotychczasowych badaniach, oparta była na opinii jednej osoby,

tj. przedstawiciela kadry kierowniczej przedsiębiorstwa. Natomiast Kumar, Kumar i de Grosbois (2008) oraz Nieves, Quintana i Osorio (2014) w badaniu zdolności do absorpcji wykorzystali miary obiektywne związane z wykształceniem pracowników.

Tabela 1. Zdolność do absorpcji wiedzy w przedsiębiorstwach turystycznych – przegląd dotychczasowych badań

Autorzy	Podmiot badania	Operacjonalizacja zdolności do absorpcji wiedzy	Źródła i metody	Wnioski
1	2	3	4	5
Brookes, M. (2014)	Sieć hotelowa (1), USA	Jedna miara określająca zdolności do przyjęcia i wykorzystania nowej wiedzy	Studium przypadku, analiza dokumentów wywiady pogłębione, kadra kierownicza	Zdolność do absorpcji wiedzy determinuje transfer wiedzy pomiędzy francyzodawcą a francyzobiorcą
Herath i Mahmood (2014)	Hotele i restauracje (350), Sri Lanka	4 etapy: pozyskanie, asymilacja, transformacja i wykorzystanie wiedzy	Dobór losowy, badanie ankietowe, skala Likerta (5-stopniowa), kadra kierownicza przedsiębiorstw	Przedsiębiorstwa cechujące się wyższą zdolnością do absorpcji wiedzy uzyskują lepsze wyniki dzięki utrzymaniu wyższego poziomu orientacji strategicznej
Hoarau (2014)	Przedsiębiorstwa zajmujące się turystyką morską (3), Islandia	Potencjalna zdolność do absorpcji wiedzy; 7 wymiarów: uczenie się od konkurentów; uczenie się poprzez otwartość na przyrodę (obserwacja); uczenie się poprzez współpracę; uczenie się od klientów; wewnętrzny rozwój kompetencji; integracja nowej wiedzy z dostępnymi zasobami; zasoby ludzkie; rozpowszechnianie wiedzy pomiędzy pracownikami; benchmarking	Studia przypadków, analiza dokumentów, obserwacja, wywiady częściowo ustrukturyzowane	Potencjalna zdolność do absorpcji wiedzy jest czynnikiem sprzyjającym transferowi wiedzy, który determinuje innowacyjność przedsiębiorstw turystycznych
Kumar, Kumar i de Grosbois (2008)	Hotele, restauracje, biura podróży, przedsiębiorstwa transportowe (62), Kuba	Logarytm naturalny ze stosunku absolwentów szkół wyższych do techników	Metoda mieszana: badanie ankietowe i wywiad, kadra kierownicza	Zdolność do absorpcji wiedzy technologicznej nie ma statystycznie istotnego znaczenia dla rozwoju kompetencji technologicznych
Nieves, Quintana, i Osorio (2014)	Hotele (109), Hiszpania	Udział pracowników z wyższym wykształceniem w zatrudnionych ogółem; przyjęto, że wskaźnik > 10% oznacza wysoki poziom zdolności do absorpcji wiedzy	Badanie ankietowe, kadra kierownicza	Zdolność do absorpcji wiedzy nie ma znaczenia jako zmienna moderująca zależność pomiędzy relacjami społecznymi kadry menadżerskiej a innowacyjnością przedsiębiorstw hotelarskich
Pace (2015)	Hotele (17), Malta	Działania przedsiębiorstw w zakresie: pozyskiwania zewnętrznych informacji dotyczących nowych technologii oraz współtworzenie nowych rozwiązań proekologicznych w hotelu	Studia przypadków, wywiady częściowo ustrukturyzowane, kadra kierownicza lub właściciele oraz wywiady z ekspertami wdrażającymi nowe technologie w dziedzinie ekologii	Badanie pozwoliło na opracowanie czterech schematów adaptacji innowacji w przedsiębiorstwach hotelarskich

1	2	3	4	5
Thomas i Wood (2014)	Hotele (259), Hiszpania	4 etapy: pozyskanie, asymilacja, transformacja i wykorzystanie wiedzy	Dobór losowy, badanie ankietowe, skala Likerta (5-stopniowa), kadra kierownicza przedsiębiorstw	Celem badania było stworzenie i weryfikacja narzędzia badawczego służącego do oceny zdolności do absorpcji wiedzy. Nie udało się potwierdzić rzetelności zastosowanych skal
Thomas i Wood (2015)	Podmioty turystyki biznesowej: Convention bureaus; organizatorzy konferencji oraz podmioty organizujące spotkania (208), 9 krajów	4 etapy: pozyskanie, asymilacja, transformacja i wykorzystanie wiedzy	Badanie ankietowe online, skala Likerta (5-stopniowa), kadra kierownicza	Istnieje silny i statystycznie istotny związek pomiędzy poziomem zdolności do absorpcji wiedzy a poziomem postrzeganej innowacyjności
Valentina i Passiante (2009)	Hotele, domy gościnne, muzea, restauracje (134), Holandia i Irlandia	3 grupy zmiennych: analiza otoczenia (7 zmiennych), komunikacja (5 zmiennych), pozyskiwanie i przekazywanie zasobów (5 zmiennych)	Badanie ankietowe, skala Likerta (5-stopniowa)	Zdolność do absorpcji wiedzy jest jednym z czynników warunkujących proces innowacyjny
Wang (2008)	Convention bureaus (260), USA	5 zmiennych związanych z częstotliwością wymiany informacji z różnych źródeł (pracownicy, zarząd, klienci, konkurenci, doradcy)	Dobór losowy, badanie ankietowe; skala Likerta (5-stopniowa), kadra kierownicza Convention bureaus	Zdolność do absorpcji wiedzy ma statystycznie istotny wpływ na skuteczność działań marketingowych prowadzonych w internecie
Wensley i Navarro (2015)	Hotele (164), Hiszpania	Zrealizowana zdolność do absorpcji (RACAP), 8 zmiennych	Dobór losowy, skala Likerta (7-stopniowa), kadra kierownicza przedsiębiorstw	Świadome oduczanie się (<i>intentional unlearning</i>) ma wpływ na zdolność do absorpcji wiedzy

Źródło: opracowanie własne na podstawie literatury przedmiotu.

Znaczenie zdolności do absorpcji w przedsiębiorstwach turystycznych

Dotychczasowe badania prowadzone w przedsiębiorstwach turystycznych sugerują, że zdolność od absorpcji wiedzy może być istotnym czynnikiem wpływającym na wyniki przedsiębiorstwa. Badacze testowali zarówno bezpośrednie związki pomiędzy zdolnością do absorpcji wiedzy a wynikami przedsiębiorstw (Herath, Mahmood, 2014), jak również pośredni wpływ na wyniki poprzez wzrost innowacyjności przedsiębiorstw (Hoarau, 2014) oraz zdolności do uczenia się (Brookes, 2014).

Badanie prowadzone przez Herath i Mahmood (2014) wskazuje, że przedsiębiorstwa turystyczne charakteryzujące się wysoką zdolnością do absorpcji wiedzy mają lepsze wyniki dzięki utrzymywaniu wyższego poziomu orientacji strategicznej. Jest ona także niezwykle istotną determinantą transferu wiedzy w ramach sieci hotelowej pomiędzy francyzodawcą a francyzobiorcą (Brookes, 2014). Wang (2008) wykazał, że poziom zdolności do absorpcji wiedzy wpływa na skuteczność działań marketingowych prowadzonych w przestrzeni wirtualnej. Wensley i Navarro (2015) podkreślają znaczenie zdolności do absorpcji nowej wiedzy w przypadku utraty starej wiedzy na przykład w wyniku odejścia pracowników z przedsiębiorstwa. Jak wynika z badania, świadome oduczanie się (*intentional unlearning*) ma wpływ na zdolność do absorpcji wiedzy. Z drugiej

strony autorzy podkreślają, że utracie wiedzy wynikającej np. z odejścia pracowników (*accidental unlearning*) powinny towarzyszyć działania zwiększające zdolność do absorpcji nowej wiedzy.

W badaniach empirycznych prowadzonych w podmiotach gospodarki turystycznej, zdolność do absorpcji wiedzy pojawia się najczęściej jako determinanta innowacyjności. Pace (2015) badał znaczenie zdolności do absorpcji wiedzy w działalności innowacyjnej przedsiębiorstw hotelarskich. Jak wynika z badania, wysoka zdolność do absorpcji wiedzy pozwala na identyfikację nowych pomysłów na innowacje w otoczeniu przedsiębiorstw oraz na skuteczne wykorzystanie źródeł zewnętrznych (np. ekspertów) w działalności innowacyjnej. Według Hoarau (2014) trudny, lecz szczególnie ważny dla wzrostu innowacyjności, jest transfer wiedzy ukrytej. Z prowadzonego badania wynika, że zdolność do absorpcji wiedzy ukrytej uwarunkowana jest istnieniem sieci powiązań opartych na zaufaniu. Badanie, które prowadzili Thomas i Wood (2015) wykazało istnienie silnego i statystycznie istotnego związku pomiędzy poziomem zdolności do absorpcji wiedzy a poziomem postrzeganej innowacyjności.

Z drugiej strony, badania prowadzone przez Nieves, Quintana i Osorio (2014) nie potwierdziły statystycznie istotnego znaczenia zdolności do absorpcji wiedzy jako zmiennej moderującej wpływ powiązań społecznych kadry menedżerskiej na innowacyjność przedsiębiorstw hotelarskich. Podobnie badanie prowadzone przez zespół Kumar, Kumar i de Grosbois (2008) wykazało brak zależności pomiędzy zdolnością do absorpcji a możliwością rozwoju kompetencji technologicznych w hotelach. W jednym i drugim badaniu zdolność do absorpcji wiedzy mierzona była formalnym wykształceniem personelu hotelowego. Brak znaczenia zdolności do absorpcji wiedzy wyjaśnić można faktem, że w hotelarstwie wiedza niezbędna dla procesów innowacyjnych, a pozyskiwana spoza przedsiębiorstwa, nie ma technologicznego charakteru. W takim przypadku formalne wykształcenie nie jest kluczowe dla zrozumienia, przyswojenia i wykorzystania wiedzy.

Podsumowanie

W warunkach rosnącej intensywności procesów konkurencji osiągnięcie przewagi nad rywalami wymaga personelu, który posiada wiedzę i umiejętności niezbędne do obsługi ruchu turystycznego na najwyższym poziomie. Podnoszenie kompetencji pracowników wymaga jednak istnienia zdolności i umiejętności implementacji nowej wiedzy i wykorzystania jej w działaniu. Przedsiębiorstwa, które chcą się rozwijać i dostosowywać do zmieniających się oczekiwań turystów, powinny doskonalić indywidualną i organizacyjną zdolność do absorpcji wiedzy. Jak wynika z przeprowadzonego systematycznego przeglądu literatury, zdolność ta ma szczególnie duże znaczenie dla zwiększania innowacyjności przedsiębiorstw turystycznych.

Na podstawie przeprowadzonego przeglądu literatury wskazać można rekomendacje dotyczące warstwy merytorycznej i metodycznej przyszłych badań. Wskazane jest rozszerzenie zakresu przedmiotowego badań nad zdolnością do absorpcji. Dalsze prace powinny wyjaśnić rolę zdolności do absorpcji wiedzy w adaptacji przedsiębiorstw do zmieniających się warunków otoczenia, a szczególnie zmieniających się oczekiwań nabywców i konieczności ciągłego uczenia się personelu zajmującego się obsługą ruchu turystycznego. Jednoznacznego wyjaśnienia wymaga też

rola zdolności do absorpcji wiedzy w procesie pozyskiwania informacji i wiedzy z zewnętrznych źródeł i ich wpływ na innowacyjność podmiotów gospodarki turystycznej. Do szczególnie interesujących obszarów badań należy kwestia tzw. słabych więzi, tj. nieregularnych i sporadycznych powiązań przedsiębiorstw z innymi podmiotami (np. uczelniami wyższymi) i rola zdolności do absorpcji w procesie pozyskiwania wiedzy z tych źródeł.

Rekomendacje dotyczą także warstwy metodycznej. Dalsze badania powinny w większym stopniu uwzględniać miary o charakterze obiektywnym (poziom wykształcenia, wydatki na procesy związane z wiedzą). Zalecane jest także rozszerzenie zakresu podmiotowego badania o przedsiębiorstwa zajmujące się organizacją i pośrednictwem, transportem turystycznym, organizacją czasu wolnego i in. Te rodzaje działalności w ramach gospodarki turystycznej nie były do tej pory podmiotem pogłębionego badania. Dalsze prace powinny być prowadzone w oparciu o konceptualizację i operacjonalizację zdolności do absorpcji przeprowadzoną specjalnie na potrzeby przedsiębiorstw turystycznych. Dotychczasowe badania wśród przedsiębiorstw turystycznych opierają się na skalach opracowanych dla innych rodzajów działalności gospodarczej. Jest to postulat wysuwany także przez Hoarau (2014).

Sukces w obsłudze ruchu turystycznego uwarunkowany jest zdolnością pracowników do wykorzystywania informacji i wiedzy znajdujących się w otoczeniu przedsiębiorstwa. Sama dostępność zasobów informacyjnych w otoczeniu przedsiębiorstwa nie jest już wystarczająca. Potrzebna jest umiejętność dostrzeżenia wiedzy wartościowej i zgodnej z potrzebami informacyjnymi oraz zdolność do adaptacji tej wiedzy.

Literatura

- Booth, A., Papaioannou, D., Sutton, A. (2012). *Systematic Approaches to a Successful Literature Review*. London: SAGE.
- Brookes, M. (2014). The dynamics and evolution of knowledge transfer in international master franchise agreements. *International Journal of Hospitality Management*, 36, 52–62.
- Cohen, W.M., Levinthal, D.A. (1990). Absorptive Capacity: A New Perspective on Learning and Innovation. *Administrative Science Quarterly*, 35 (1), 128–152.
- Escribano, A., Fosfurib, A., Tribó, J.A. (2009). Managing external knowledge flows: The moderating role of absorptive capacity. *Research Policy*, 38, 96–105.
- Flatten, T., Greve, G., Brettel, M. (2011). Absorptive Capacity and Firm Performance in SMEs: The Mediating Influence of Strategic Alliances. *European Management Review*, 8 (3), 137–152.
- Gallupe, B. (2001). Knowledge management systems: surveying the landscape. *International Journal of Management Reviews*, 3 (1), 61–77.
- Herath, H.M.A., Mahmood, R. (2014). Strategic Orientations and SME Performance: Moderating Effect of Absorptive Capacity of the Firm. *Asian Social Science*, 10 (13), 95–107.
- Hoarau, H. (2014). Knowledge Acquisition and Assimilation in Tourism – Innovation Processes. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 14 (2), 135–151.
- Jiménez-Barrionuevo, M.M., García-Morales, V.J. (2011). Validation of an instrument to measure absorptive capacity. *Technovation*, 31, 190–202.
- Julien, P.A., Andriambelason, E., Ramangalahy, C. (2004). Networks, weak signals and technological innovations among SMEs in the land-based transportation equipment sector. *Entrepreneurship and Regional Development*, 16 (4), 1–19.
- Keller, W. (1996). Absorptive capacity: On the creation and acquisition of technology in development. *Journal of Development Economics*, 49 (1), 199–227.

- Kim, L. (1997). The dynamics of Samsung's technological learning in semiconductors. *California Management Review*, 39 (3), 86–100.
- Kumar, U., Kumar, V., de Grosbois, D. (2008). Development of Technological Capability by Cuban Hospitality Organizations. *International Journal of Hospitality Management*, 27 (1), 12–22.
- Muscio, A. (2007). The impact of absorptive capacity on SMEs collaboration. *Economics of Innovation and New Technology*, 16, 653–668.
- Nieves, J., Quintana, A., Osorio, J. (2014). Knowledge-based resources and innovation in the hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, 38, 65–73.
- Nonaka, I. (1998). The knowledge-creating company. W: *Harvard Business Review on Knowledge Management*, s. 21–45. Harvard Business School Press.
- Pace, L. (2015). How do tourism firms innovate for sustainable energy consumption? A capabilities perspective on the adoption of energy efficiency in tourism accommodation establishments. *Journal of Cleaner Production*, 1–12.
- Scopus. Pobrano z: www.scopus.com (4.11.2015).
- Shaw, G. (2015). Tourism networks, knowledge dynamics and co-creation. W: M. McLeod, R. Vaughan (red.), *Knowledge networks and tourism*, s. 45–61. London: Routledge.
- Thomas, R., Wood, E. (2014). Innovation in tourism: Re-conceptualising and measuring the absorptive capacity of the hotel sector. *Tourism Management*, 45, 39–48.
- Thomas, R., Wood, E. (2015). The absorptive capacity of tourism organizations. *Annals of Tourism Research*, 54, 84–99.
- Tzokas, N., Kim, Y.A., Akbar, H., Al-Dajani, H. (2015). Absorptive capacity and performance: The role of customer relationship and technological capabilities in high-tech SMEs. *Industrial Marketing Management*, 47, 134–142.
- Valentina, N., Passiante, G. (2009). Impacts of absorptive capacity on value creation. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 20 (2), 269–287.
- Wang, Y. (2008). Examining the Level of Sophistication and Success of Destination Marketing Systems. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 24 (1), 81–98.
- Wensley, K.P., Navarro, J.G.C. (2015). Overcoming knowledge loss through the utilization of an unlearning context. *Journal of Business Research*, 68, 1563–1569.
- Yeoh, P. (2009). Realized and potential absorptive capacity: Understanding their antecedents and performance in the sourcing context. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 17 (1), 21–36.
- Zahra, S.A., George, G. (2002). Absorptive capacity: A review, reconceptualization, and extension. *Academy of Management Review*, 27 (2), 185–203.
- Zander, U., Kogut, B. (1995). Knowledge and the speed of the transfer and imitation of organizational capabilities: An empirical test. *Organization Science*, 6 (1), 76–92.

ABSORPTIVE CAPACITY IN TOURISM ENTERPRISES – THE SIGNIFICANCE AND MEASUREMENT POSSIBILITIES

KEYWORDS | absorptive capacity, knowledge, tourism industry

ABSTRACT | The knowledge-based view suggests that the extent of knowledge transfer from knowledge generators to knowledge recipients may depend on recipients' absorptive capacity ie. "ability of a firm to recognize the value of new, external information, assimilate it, and apply it to commercial ends" (Cohen and Levinthal, 1990, p. 128). The lack or insufficiency of absorptive capacity in a firm hinders the ability to recognize the potential of new ideas arising from interaction with other external knowledge generators. The purpose of this article is to identify the importance of the absorptive capacity in tourism industry, as well as methods of its conceptualization and operationalization. The results include systematization of existing research dedicated to absorptive capacity in tourism and propositions of further studies on this subject.

Translated by Marcin Olszewski

DOŚWIADCZENIE PRACY I JEGO ZNACZENIE DLA KSZTAŁTOWANIA POSTAW PRZYSZŁYCH KADR OBSŁUGI RUCHU TURYSTYCZNEGO

ALEKSANDRA GROBELNA

Akademia Morska w Gdyni
e-mail: aleksandra.grobelna@gmail.com

SŁOWA KLUCZOWE

studenci turystyki i hotelarstwa, doświadczenie pracy, praktyki zawodowe, uczenie się

STRESZCZENIE

Wykształcone kadry, które ze swoją pasją i zaangażowaniem realizują proces usługowy to wiodąca determinanta sukcesu współczesnych firm turystycznych. Szczególne miejsce w procesie ich kształcenia i przygotowania do obsługi ruchu turystycznego zajmuje praktyka zawodowa, ukazująca faktyczne realia pracy w turystyce, weryfikująca i rozwijająca umiejętności przyszłych kadr. Dobrze zaplanowany i przygotowany proces praktyk stanowi swoiste medium pomiędzy nauką a praktyką gospodarczą, a jego właściwa realizacja może mieć istotne znaczenie zarówno dla postrzegania branży turystycznej jako przyszłego pracodawcy, jak i intencji zatrudnienia w niej po zakończeniu studiów.

Celem niniejszej pracy była próba oceny praktyk studenckich jako formy doświadczenia pracy oraz ukazanie ich znaczenia dla kształtowania postaw przyszłych kadr obsługi ruchu turystycznego wobec pracy. Problemem badawczym było poszukiwanie odpowiedzi na dwa szczegółowe pytania: czy praktyki studenckie tworzą istotną przestrzeń edukacyjną sprzyjającą uczeniu się poprzez zdobywanie doświadczenia pracy; czy doświadczenie to może wpływać na postrzeganie branży i kształtować pozytywne postawy studentów wobec przyszłej pracy w turystyce. Rezultaty badań ukazały, że satysfakcjonujące doświadczenie praktyki może odgrywać ważną rolę zarówno w kształtowaniu pozytywnych postaw studentów wobec przyszłej pracy w branży turystycznej, jak i ich intencji zatrudnienia w niej po zakończeniu studiów. Jednak aby praktyka mogła przynieść założony rezultat, podkreśla się potrzebę ścisłego partnerstwa między uczelniami a podmiotami turystycznymi w zakresie doskonalenia kształcenia praktycznego, co przedstawiono w zaproponowanym w pracy modelu praktyk studenckich.