Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe
Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach
ISSN 2083-8611 Nr 351 · 2018

Zarządzanie 14

Dagmara Wójcik

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
Wydział Zarządzania
Katedra Teorii Zarządzania
dagmara.wojcik@uekat.pl

WSPÓŁPRACA MIĘDZYORGANIZACYJNA W SEKTORZE SZTUK PERFORMATYWNYCH – PERSPEKTYWY BADAWCZE[1]

Streszczenie: W ostatnich dekadach badania nad współpracą międzyorganizacyjną zyskują rosnące zainteresowanie. Choć stanowiła ona obszar badań w różnych sektorach, to jak dotąd nie była szerzej analizowana w sektorach kreatywnych. W szczególności w kontekście sektora sztuk performatywnych należy do zagadnień bardzo słabo rozpoznanych. Celem artykułu jest przedstawienie specyfiki tej współpracy oraz wskazanie perspektyw badawczych z wykorzystaniem metodyki krytycznego przeglądu literatury.

Słowa kluczowe: współpraca międzyorganizacyjna, sektor sztuk performatywnych, sektory kreatywne.

JEL Classification: Z19, Y80, M29.

Wprowadzenie

Współczesne organizacje stoją przed wyborem pomiędzy realizacją potrzeby współdziałania z innymi a dążeniem do działania samodzielnie. W dobie identyfikowanych na rynku licznych powiązań pomiędzy podmiotami wzrasta znaczenie współpracy międzyorganizacyjnej [Czakon, 2007, 2012; Niemczyk, Stańczyk-Hugiet, Jasiński, 2012; Stańczyk-Hugiet, 2013a]. Natomiast kluczowe kwestie w zarządzaniu strategicznym wydają się być zdeterminowane powiązaniami międzyorganizacyjnymi [Nielsen, 2011]. Z kolei wzrost ich znaczenia po-

[1] Artykuł powstał w ramach projektu finansowanego ze środków Narodowego Centrum Nauki (UMO-2017/25/N/HS4/00828).

ciąga za sobą zainteresowanie badawcze współpracą podmiotów w wielu sektorach, m.in. w turystyce [Czernek, 2012], bankowości [Czakon, 2007], lotnictwie [Klimas, 2014], logistyce [Kawa, 2017], a także w sektorach kreatywnych, np. gier wideo [Klimas, 2015].

Rosnące znaczenie współpracy obserwowane w sektorach kreatywnych dotyczy także sektora sztuk performatywnych powiązanego bezpośrednio z kulturą i sztuką. W sektorze tym ograniczone środki finansowania stają się powodem do poszukiwania rozwiązań zapewniających przetrwanie i dalszy artystyczny rozwój. Sektor sztuk performatywnych cechuje twórczość oraz kreatywność. Jednocześnie wskazuje się, iż cechy te odgrywają istotną rolę w naukach o zarządzaniu, pozwalając na kreowanie pomysłów i rozwiązań dających silne podstawy utrzymania relatywnie trwałej przewagi konkurencyjnej [Bratnicki, 2012; Dyduch, Bratnicka, 2014]. Natomiast w indywidualnej twórczości istotną rolę odgrywa także sztuka [Boden, 2004; Dyduch, 2014], a w wyzwalaniu kreatywności – kultura – uznana za podstawę budowania innowacyjnej i konkurencyjnej gospodarki opartej na wiedzy [Ilczuk, Krzysztofek, 2011]. Choć w naukach o zarządzaniu współpraca znajduje się w wiodących obszarach badawczych, a sektor sztuk performatywnych opiera się na działaniu podmiotów, których cechy były wykorzystywane jako archetypy do rozpoznania przywództwa [Hatch, Kostera, Koźmiński, 2010] oraz organizacji [Kostera, Koźmiński, 2002], sektor ten wciąż pozostaje na marginesie zainteresowania.

W sektorze sztuk performatywnych współpraca jest realizowana pomiędzy instytucjami kultury, takimi jak teatry, powołanymi m.in. do tworzenia i upowszechniania dorobku kulturowego poprzez zaangażowanie w interaktywny proces, co zwiększa zarówno indywidualne, jak i wspólne korzyści [Kożuch, Przygodzka, 2012], tj.: dostęp do zasobów, doświadczenia, kapitału, umiejętności czy kompetencji, będących w posiadaniu innych podmiotów, a także obniżenie ryzyka, wzrost efektywności działań czy wyższa skuteczność ich realizacji. Wydaje się zatem, że w sektorze sztuk performatywnych współpraca międzyorganizacyjna może stanowić obiecujące rozwiązanie dla specyficznych warunków funkcjonowania instytucji kultury.

W naukach o zarządzaniu relatywnie duże zainteresowanie wzbudza współpraca organizacji biznesowych, natomiast znacznie mniejszą uwagę poświęca się organizacjom kultury. W świetle dotychczasowych publikacji, dotyczących współpracy w sektorze sztuk performatywnych, można stwierdzić, iż obszar ten należy do mało rozpoznanych na gruncie teoretycznym. Badania empiryczne w literaturze zagranicznej należą do rzadkości, a w Polsce – według najlepszej wiedzy autorki – w ogóle nie były prowadzone. Celem artykułu jest przedstawienie specyfiki współpracy międzyorganizacyjnej w sektorze sztuk performatywnych oraz wskazanie perspektyw badawczych w tym obszarze z wykorzystaniem metodyki krytycznego przeglądu literatury.

1. Sektor sztuk performatywnych w świetle sektorów kreatywnych

Sektory kreatywne opierają się przede wszystkim na indywidualnej kreatywności, wyobraźni, talencie oraz umiejętnościach [DCMS, 2001]. Należą do najdynamiczniej rozwijających się, a we współczesnej gospodarce stanowią główny czynnik przewagi konkurencyjnej, będąc potężną siłą napędową wzrostu gospodarczego, rozwoju miast [EY, 2014; IBS, 2010], regionów i państw [KE, 2010], korzystnych także dla społeczności lokalnych [Cowen, 2009]. Tworzą je dynamiczne podmioty wytwarzające produkty o oryginalnym czy nawet unikalnym charakterze [Mackiewicz, Michorowska, Śliwka, 2009, s. 13].

Coraz więcej krajów świata osiąga zbliżony standard cywilizacyjny, poziom produkcji czy infrastruktury, które przestają już być atutami. Współcześnie liczy się coś więcej – pomysł, twórczość oraz kreatywność. Z kolei za niezbędną w pobudzaniu kreatywności uważa się kulturę postrzeganą współcześnie jako katalizator rozwoju nie tylko Polski, ale i Europy [Ilczuk, Krzysztofek, 2011]. Kultura stanowi także jeden z podstawowych elementów identyfikacji społecznej i gospodarczej [Suchowian, 2011] – oddziałuje na jednostki, a będąc dobrem wspólnym, także na całe społeczeństwo. Ponadto wiodącą funkcją sektorów kreatywnych, bezpośrednio powiązanych z kulturą i sztuką, jest także zachowanie dziedzictwa oraz wzmocnienie tożsamości kulturowej [Klasik, 2010, s. 18]. Sektor sztuk performatywnych dzięki powiązaniu z kulturą i sztuką, kreatywności oraz upowszechnianiu praktyk kulturowych został wskazany jako istotny [IBS, 2010], tworząc w Europie najwięcej miejsc pracy spośród wszystkich sektorów kreatywnych [EY, 2014]. Nie dziwi zatem fakt, iż wymiar kulturowy został doceniony także przez Unię Europejską, stanowiąc istotę projektu „Kreatywna Europa 2014-2020".

Sektor sztuk performatywnych stanowi jeden z 13 sektorów kreatywnych [DCMS, 2001] klasyfikowany w tzw. podstawowym obszarze sztuki, w którym obok sztuk cyrkowych oraz tańca znajdują się teatry oraz festiwale teatralne – tabela 1. Przyjmując jednak perspektywę nauk o zarządzaniu, należy rozpatrywać tylko teatry będące organizacjami (instytucjami kultury) mogącymi stanowić podmioty badawcze. Natomiast z punktu widzenia analizowanej tematyki warto uwzględnić także festiwale teatralne, których organizacja odbywa się w formie współpracy międzyorganizacyjnej tych podmiotów.

Tabela 1. Sektory sztuk performatywnych na tle innych sektorów kreatywnych

Obszary	Sektory kreatywne
Podstawowe obszary sztuki	**Sztuki performatywne** – teatry, festiwale, taniec (współczesny i klasyczny), sztuki cyrkowe Sztuki wizualne – rzemiosło artystyczne, malarstwo, rzeźba, fotografia, wystawy Dziedzictwo – muzea, biblioteki, miejsca wykopalisk archeologicznych, archiwa
Obszary kreatywne i kulturowe	Film oraz wideo, telewizja i radio, gry wideo, muzyka (rynek nagrań muzycznych, muzyka na żywo), książki oraz prasa (książki, magazyny, prasa – rynek wydawniczy), projektowanie (moda, grafika, wnętrza, projektowanie produktów), architektura, reklama
Obszary powiązane	Producenci PC, MP3, MP4, branża urządzeń mobilnych itp.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: CEBR [2013]; EY [2014]; KEA [2006].

2. Współpraca międzyorganizacyjna w sektorze sztuk performatywnych

2.1. Istota, znaczenie, specyfika

Współpraca międzyorganizacyjna jest adaptowana w wielu obszarach aktywności, włączając sztukę i działalność artystyczną. Ma to związek m.in. z jej komercjalizacją, a także z jednoczeniem się instytucji wspierających rozwój sztuki i kultury [Leśnierowska, 2011]. Współpraca umożliwia szybsze uzyskanie lepszych wyników, wykorzystywanie wspólnego potencjału twórczego i skupienie na wzajemnych korzyściach, czy mobilizacji do działania, kreującego nową wartość [Hagel III, Brown, 2006]. Pozwala na tworzenie wyjątkowego potencjału stanowiącego źródło twórczych rozwiązań i decydującego o sukcesie wszystkich zaangażowanych podmiotów [Tubielewicz, 2013]. Współpraca oznacza także poszukiwanie korzyści płynących z relacji współdziałania [Stańczyk-Hugiet, 2013b]. Te z kolei stanowią jeden z motywów zawierania współpracy, a ułatwiając korzystanie z nagromadzonych zasobów czy nawiązywanie i rozwijanie wzajemnych interakcji, sprzyjają wykorzystaniu połączonych sił i wzajemnego uczenia się [Czakon, 2012].

Zatem korzyści wynikające ze współpracy, typowe dla organizacji biznesowych, coraz częściej stają się udziałem także instytucji kultury [Wójcik, 2015], jednak mają one nieco inny wymiar, a zatem jej motywy również będą odmienne. Różnica wynika ze specyfiki tych organizacji wyrażającej się m.in. w odmiennych relacjach z otoczeniem, celach, motywach działania, funkcjach czy wartościach – tabela 2. Warunki, w jakich współczesne instytucje kultury realizują swoje cele, zmuszają je do wchodzenia w relacje współdziałania. Pomimo iż decyzje o współdziałaniu są dobrowolne i niezależne, a współpraca uła-

twia realizację wytyczonych celów, to w wielu przypadkach jest właściwie koniecznością dla ich realizacji. Dzięki niej organizacje mogą osiągać cele, których realizacja samodzielnie byłaby niemożliwa lub angażowałaby znacznie więcej sił i środków.

Tabela 2. Organizacje biznesowe oraz kultury – główne różnice

Kryterium	Organizacje biznesowe	Organizacje kultury
Główny wymiar celów działania	ekonomiczny	społeczny (kulturowy)
Orientacja działań (motywy)	rynkowa	społeczna (kulturowa)
Podstawa finansowania	środki prywatne	środki publiczne/prywatne
Potencjał do generowania przychodów	relatywnie duży	relatywnie niewielki
Poziom samowystarczalności oraz samodzielności	relatywnie duży	relatywnie mały
Zdolność szybkiego dostosowania do zmian (elastyczność)	relatywnie duża	relatywnie mała
Znaczenie technologii	relatywnie duże	relatywnie małe
Zdolność do innowacji	relatywnie duża	relatywnie mała
Krytyczny próg wyników (dla oceny rezultatów działania)	oznaczony	nieoznaczony/brak
Odpowiedzialność za produkty/usługi/działania	relatywnie większa, scentralizowana	relatywnie mniejsza, „rozmyta”
Główne przeznaczenie wydatkowanych środków	rozwój	utrzymanie

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Wójcik [2015, s. 99].

W przypadku działalności kulturalnej współpraca międzyorganizacyjna ma na celu w szczególności: (1) uwzględnianie potrzeb oraz spełnianie oczekiwań zróżnicowanej grupy odbiorców poprzez tworzenie zdywersyfikowanej, atrakcyjnej oraz konkurencyjnej i komplementarnej oferty kulturalnej [Borkowska-Niszczota, 2012]; (2) stymulowanie rozwoju kulturowego poprzez inicjowanie oraz ułatwianie nawiązywania profesjonalnych kontaktów, a także wspieranie dynamicznego przepływu informacji oraz upowszechnianie wiedzy [Leśnierowska, 2011].

W sektorze sztuk performatywnych teatry są zmuszone spełniać oczekiwania coraz bardziej wymagających odbiorców. Współpraca jednoczy indywidualne podmioty – w formie diad (dwóch partnerów) lub sieci (więcej niż dwóch partnerów) – a relacje międzyorganizacyjne są niezbędne do realizowania wspólnych przedsięwzięć. Wśród nich można wyróżnić koprodukcje teatralne, a także duże wydarzenia kulturalne, takie jak festiwale [Ćwikła, 2012]. Festiwal jest wydarzeniem mającym na celu promocję jednej lub wielu dyscyplin artystycznych zorganizowanych w określonym miejscu i czasie [Ilczuk, Kulikowska, 2009]. Festiwale mogą wpływać pozytywnie nie tylko na konkurencyjność konkretnej oferty kulturalnej, ale i całych destynacji, m.in. poprzez: promowanie wydarzeń kulturalnych i wzbogacanie oferty kulturalnej destynacji, budowanie jej atrakcyjności, pozycji i wizerunku, pozyskiwanie dostępnych funduszy czy

budowanie kulturalnej oferty turystycznej [Ilczuk, Kulikowska, 2009; Szulborska-Łukaszewicz, 2012]. Walory kulturowe (instytucje, wydarzenia, obiekty) determinują potencjał turystyczny destynacji [Suchowian, 2011], nadając status wiodących ośrodków kulturalnych tym, w których dominują. Badacze twierdzą nawet, iż rozwój regionu nie jest możliwy z pominięciem jego kulturalnej funkcji [Mazurek-Łopacińska, Sobocińska, 2012]. Wśród szerokiego wachlarza motywów to właśnie chęć obcowania z szeroko rozumianą kulturą nabiera coraz większego znaczenia, przyczyniając się także do rozwoju turystyki kulturowej.

Turystyka kulturowa odnosi się m.in. do celu wyjazdu, którym będzie udział w „wydarzeniach o charakterze kulturalnym, mających ograniczony czas trwania i przyciągających turystów" [Mikos von Rohrscheidt, 2008, s. 72]. Wśród takich wydarzeń można wyróżnić m.in. przedsięwzięcia artystyczno-kulturalne, w tym teatralne oraz festiwalowe [Buczkowska, 2009, s. 98]. Co ciekawe, niektórzy badacze wyodrębniają turystykę teatralną jako specyficzną odmianę turystyki kulturowej, mającą na celu stymulowanie turysty m.in. przez sztuki teatralne czy festiwalowe [Buczkowska, 2008]. Turystyka kulturowa cały czas się rozwija, a sztuki performatywne odgrywają w niej istotną rolę [CEBR, 2013]. Znaczenie instytucji kultury oraz atrakcyjności oferty kulturalnej dla rozwoju turystyki kulturowej nie budzi wątpliwości wśród wielu badaczy [Mikos von Rohrscheidt, 2010; Buczkowska, 2008; Richards, 2007], a złożoność, jakość oraz kompleksowość tej oferty determinuje współpracę [Borodako, 2011].

2.2. Luki poznawcze, perspektywy badawcze

Perspektywy badawcze współpracy międzyorganizacyjnej, jakie tworzy sektor sztuk performatywnych, mogą się odnosić do kilku aspektów. Po pierwsze, identyfikacji motywów współpracy podmiotów w omawianym sektorze, w tym wskazania, które z nich są istotne ze względu na następujące kryteria: (1) liczba współpracujących partnerów (w diadach oraz w sieciach); (2) sposób finansowania podmiotu (w teatrach prywatnych oraz publicznych); (3) dynamika współpracy w formie koprodukcji teatralnych/festiwalowych, tj. faza procesu twórczego w koprodukcji: projektowanie, tworzenie/produkcja sceniczna, realizacja/wystawianie, marketing i promocja – widoczność publiczna; (4) typ relacji łączących teatry (niekonkurencyjne względem siebie teatry oraz konkurencyjne względem siebie – zaangażowane w relacje koopetycji[2]); (5) czas trwania współpracy (trwałe – długookresowe formy współpracy oraz doraźne – tymczasowe).

[2] Koopetycja rozumiana jako relacje współpracy pomiędzy konkurencyjnymi podmiotami [Czakon, 2012].

Dotychczasowe badania nad współpracą skupiały się na formacjach diadycznych [Kale, Singh, 2009], pozostawiając te dotyczące sieci relatywnie mniej rozpoznanymi. Badania współpracy międzyorganizacyjnej w innych sektorach pozwoliły wprawdzie wskazać różne jej motywy i uwarunkowania, jednakże nie były one zidentyfikowane w sektorze sztuk performatywnych. Pewne motywy współpracy pomiędzy teatrami zostały rozpoznane na gruncie teorii kosztów transakcyjnych, sieci społecznych oraz teorii zasobowej [Wójcik, 2015], jednakże wymagają one empirycznej weryfikacji. Ponadto wartość dodaną może stanowić także zbadanie trwałych oraz tymczasowych form współpracy – włączając festiwale teatralne czy realizowane projekty specjalne, tzw. eksperymenty performatywne. Wydaje się bowiem, iż od współpracy tymczasowej (doraźnej) można oczekiwać większego zakresu wykorzystania innowacji technologicznych i komunikacyjnych we wszystkich fazach procesu twórczego – od planowania, organizacji, przez produkcję sceniczną, po marketing i widoczność publiczną, zatem motywy współpracy, a także jej uwarunkowania mogą być również odmienne.

Po drugie, perspektywy badawcze w omawianym ujęciu mogą się także odnosić do identyfikacji obszarów realizowanej współpracy międzyorganizacyjnej. Badania w sektorach sztuk widowiskowych i kultury pozwalają wskazać dwa główne obszary potencjalnej współpracy: artystyczny oraz zarządczy [Bagdadli, 2003]. Obszar artystyczny dotyczy m.in.: planowania sezonu spektakli, wyboru artystów oraz decyzji związanych z organizacją przedstawienia. Natomiast obszar zarządczy jest związany z administracyjnymi aspektami w zakresie personelu oraz przedstawień teatralnych, promocji, komunikacji, zbierania funduszy, dystrybucji, gościnności i ogólnego serwisu. W kontekście sektora sztuk performatywnych należy zauważyć, że sama idea koprodukcji to coś znacznie więcej niż występy gościnne realizowane z wykorzystaniem zasobów tylko jednej instytucji czy współpracy ograniczonej do wspólnej realizacji i promowania spektaklu. Z punktu widzenia specyfiki funkcjonowania instytucji kultury istotne wydają się wyniki badań [Bagdadli, 2003], które sygnalizują, iż teatry będą unikać współpracy, jeżeli ich wizje i wybory artystyczne będą się rozmijać – w takiej sytuacji każdy teatr będzie preferował autonomię. Można zatem przypuszczać, że w przypadku rozbieżności w obszarze artystycznym nie może być mowy o współpracy podejmowanej np. z wyłącznie finansowych pobudek (obszar zarządczy).

Sektor sztuk performatywnych reprezentują specyficzne instytucje kultury. Obok teatrów publicznych funkcjonują bowiem także prywatne – działające jako organizacje non profit (stowarzyszenia, fundacje) lub for profit (komercyjne

przedsiębiorstwa). Prywatne teatry mają ograniczony (lub brak w przypadku teatrów for profit) dostęp do finansowania publicznego, zatem są zmuszone poszukiwać alternatywnych sposobów na rozwój czy niejednokrotnie nawet przetrwanie na rynku. Aby być konkurencyjnymi, muszą tworzyć atrakcyjniejszą ofertę w porównaniu do teatrów publicznych. Wydaje się, iż są także bardziej chętne do eksperymentowania dla celów kreowania oryginalnej oferty. Mają również szersze spektrum swobody artystycznej czy swobody podejmowania decyzji w zakresie angażowania zasobów oraz różnych aktywności, w tym także współpracy.

Wreszcie po trzecie, oprócz badania uwarunkowań, tj. czynników stymulujących oraz ograniczających (barier) współpracę, ciekawą perspektywę stanowi również identyfikacja korzyści płynących ze współpracy międzyorganizacyjnej w omawianym sektorze.

Podsumowanie

Perspektywa badawcza współpracy międzyorganizacyjnej, jaką tworzy sektor sztuk performatywnych, wydaje się stanowić interesujące pole eksploracji. Wypełnienie istniejących luk wiedzy – zarówno poprzez usystematyzowanie wiedzy teoretycznej, jak i badania empiryczne – może się przyczynić do rozwoju tego pola badawczego w dyscyplinie nauk o zarządzaniu, uzupełniając istniejącą wiedzę w zakresie współpracy międzyorganizacyjnej o badania w kontekście działalności artystycznej i kulturowej. Badania takie stwarzają obietnicę interesujących poznawczo wyników dotyczących organizacji, które nie są nastawione na maksymalizację zysku (lecz inne cele niż organizacje biznesowe), pełniących inne funkcje oraz prowadzących działalność kreatywną.

Rezultaty mogą rodzić zainteresowanie szerokiego grona odbiorców, m.in. menedżerów czy konsumentów sztuki. Wyniki wydają się także istotne z punktu widzenia budowania strategii zarządzania w instytucjach kultury, jak również z perspektywy turystyki kulturowej, tj. regionalnych strategii zarządzania lub oceny wpływu społeczno-ekonomicznego sektora sztuk performatywnych w ujęciu lokalnym/regionalnym (*cultural economy*). Wyniki mogą też pomóc dostrzec i zrozumieć kulturowe oraz organizacyjne motywy rozwijania wspólnych projektów osadzonych w panoramie kulturalnej czy sugerować możliwe strategie marketingowe ukierunkowane na międzynarodową i krajową turystykę artystyczną – w tym z zakresu zarządzania międzynarodowymi projektami dotyczącymi atrakcyjności turystycznej (*tourism management*).

Współpraca w sektorze sztuk performatywnych wydaje się naturalną konsekwencją dowartościowania poglądów wskazujących, że wspólna realizacja działań prowadzi do wyższej efektywności, a w ten sposób do uzyskania lepszych rezultatów. Perspektywa badawcza, jaką tworzy współpraca międzyorganizacyjna, ukazuje szeroki obszar poszukiwań dla roli sektora sztuk performatywnych w jej kreowaniu, a także motywów jej podejmowania, uwarunkowań rozwoju, jak również form obszarów realizacji czy korzyści. Natomiast poszukiwanie uwarunkowań sprawnej współpracy międzyorganizacyjnej w tym sektorze może się przyczynić nie tylko do poszerzenia wiedzy oraz tworzenia modeli teoretycznych, lecz również do zwiększenia efektywności funkcjonowania instytucji kultury.

Literatura

Bagdadli S. (2003), *Museum and Theatre Networks in Italy: Determinants and Typology*, "International Journal of Arts Management", Vol. 6(1), s. 19-29.

Boden M.A. (2004), *The Creative Mind: Myths and Mechanisms*, Routledge, London--New York.

Borkowska-Niszczota M. (2012), *Współpraca instytucji kultury na rzecz rozwoju produktów turystyki kulturowej w ujęciu teoretycznym i praktycznym*, „Ekonomia i Zarządzanie", nr 4(2), s. 56-69.

Borodako K. (2011), *Foresight w turystyce. Bariery wykorzystania i rozwoju*, Wydawnictwo C.H.Beck, Warszawa.

Bratnicki M. (2012), *Konfiguracyjne podejście do zrozumienia roli twórczości w rozwoju organizacji*, „Organizacja i Kierowanie", nr 1A, s. 245-252.

Buczkowska K. (2008), *Turystyka kulturowa. Przewodnik metodyczny*, Wydawnictwo Akademii Wychowania Fizycznego, Poznań.

Buczkowska K. (2009), *Kulturowa turystyka eventowa* [w:] K. Buczkowska, A. Mikos von Rohrscheidt (red.), *Współczesne formy turystyki kulturowej*, Akademia Wychowania Fizycznego im. Eugeniusza Piaseckiego, Poznań, s. 91-118.

CEBR (2013), *Report for Arts Council England. The Contribution of the Arts and Culture to the National Economy*, Centre for Economics and Business Research.

Cowen T. (2009), *Creative Destruction: How Globalization Is Changing the World's Cultures*, Princeton University Press, Princeton.

Czakon W. (2007), *Dynamika więzi międzyorganizacyjnych przedsiębiorstwa*, Wyd. Akademii Ekonomicznej, Katowice.

Czakon W. (2012), *Sieci w zarzadzaniu strategicznym*, Wolters Kluwer Polska, Warszawa.

Czernek K. (2012), *Uwarunkowania współpracy na rzecz rozwoju turystyki w regionie*, Proksenia, Kraków.

Ćwikła M. (2012), *Turystyka eventowa a nowe trendy w kształtowaniu programów artystycznych festiwali i instytucji teatralnych*, „Turystyka Kulturowa", nr 10, s. 5-17.

DCMS (2001), *Department of Culture, Media and Sport. The Creative Industries Mapping Document*, UK Government, London.

Dyduch W. (2014), *Twórcza strategia jako podstawa dla pobudzania innowacyjności i przedsiębiorczości*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu", nr 366, s. 108-118.

Dyduch W., Bratnicka K. (2014), *Twórczość strategiczna jako podstawa budowania kapitału intelektualnego organizacji*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu", nr 340, s. 637-650.

EY (2014), *Creating Growth. Measuring Cultural and Creative Markets in the EU*, Ernst&Young Report.

Hagel III J., Brown J.S. (2006), *Organizacja jutra: zarządzanie talentem, współpracą i specjalizacją*, Helion, Gliwice.

Hatch M.J., Kostera M., Koźmiński A.K. (2010), *Trzy oblicza przywództwa: menedżer, artysta, kapłan*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa.

IBS (2010), *Znaczenie gospodarcze sektora kultury. Wstęp do analizy problemu*, Instytut Badań Strukturalnych, Warszawa.

Ilczuk D., Krzysztofek K. (2011), *Znaczenie kompetencji kulturowych dla budowania kreatywności i kapitału intelektualnego Europy*, MKIDN, Warszawa.

Ilczuk D., Kulikowska M. (2009), *Festiwale w Europie. Polityka władz publicznych*, „Zarządzanie Kulturą", nr 2, s. 260-275.

Kale P., Singh H. (2009), *Managing Strategic Alliances: What Do We Know Now, and Where Do We Go from Here?*, "The Academy of Management Perspectives", Vol. 23(3), s. 45-62.

Kawa A. (2017), *Orientacja sieciowa przedsiębiorstw branży usług logistycznych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Poznań.

KE (2010), *Europa 2020. Strategia na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu*, Komunikat Komisji Europejskiej, Bruksela.

KEA (2006), *KEA European Affairs. The Economy of Culture in Europe*, Brussels.

Klasik A. (2010), *Rola sektora kultury i przemysłów kreatywnych w rozwoju miast i aglomeracji*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Katowice.

Klimas P. (2014), *Sieci innowacji: implikacje bliskości organizacyjnej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Katowice.

Klimas P. (2015), *Relacje współtworzenia − propozycja konceptualizacji*, „Marketing i Rynek", nr 9, s. 215-228.

Kostera M., Koźmiński A.K. (2002), *Wartości i normy w zarządzaniu. Cztery teatry* [w:] J. Dietl, W. Gasparski (red.). *Etyka biznesu*, WN PWN, Warszawa.

Kożuch B., Przygodzka R. (2012), *Współpraca sieciowa w zarządzaniu organizacjami publicznymi*, „Studia i Prace Kolegium Zarządzania i Finansów Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie", nr 117, s. 25-35.

Leśnierowska J. (2011), *Sieć – ale jaka?* „Teatr", nr 7/8, s. 98-99.

Mackiewicz M., Michorowska B., Śliwka A. (2009), *Analiza potrzeb i rozwoju przemysłów kreatywnych. Raport końcowy*, ECORYS, Warszawa.

Mazurek-Łopacińska K., Sobocińska M. (2012), *Współpraca jednostek samorządu terytorialnego z instytucjami kultury na Dolnym Śląsku*, „Handel Wewnętrzny", nr 4(339), s. 15-28.

Mikos von Rohrscheidt A. (2008), *Turystyka kulturowa: fenomen, potencjał, perspektywy*, Wydawnictwo KMB, Gnieźnieńska Wyższa Szkoła Humanistyczno-Menedżerska Milenium, Gniezno.

Mikos von Rohrscheidt A. (2010), *Turystyka kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy*, KulTour.pl, Poznań.

Nielsen B.B. (2011), *Trust in Strategic Alliances: Toward a Co-evolutionary Research Model*, "Journal of Trust Research", Vol. 1(2), s. 159-176.

Niemczyk J., Stańczyk-Hugiet E., Jasiński B.M. (2012), *Sieci międzyorganizacyjne: współczesne wyzwanie dla teorii i praktyki zarządzania*, C.H.Beck, Warszawa.

Richards G. (2007), *Cultural Tourism: Global and Local Perspectives*, Psychology Press, New York-London-Oxford.

Stańczyk-Hugiet E. (2013a), *Dynamika strategiczna w ujęciu ewolucyjnym*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Wrocław.

Stańczyk-Hugiet E. (2013b), *Adaptacja kooperatywna*, „Zeszyty Naukowe Politechniki Łódzkiej. Organizacja i Zarządzanie", nr 52, s. 119-126.

Suchowian J. (2011), *Problemy finansowania instytucji kultury w Polsce na przykładzie teatru im. St. I. Witkiewicza w Zakopanem*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Finanse. Rynki finansowe. Ubezpieczenia", nr 38, s. 175-184.

Szulborska-Łukaszewicz J. (2012), *Festiwale w kontekście odpowiedzialności biznesu za kulturę* „Administracja Publiczna", nr 2(20), s. 21-40.

Tubielewicz A. (2013), *Koncepcja tworzenia organizacji sieciowej* [w:] R. Konsola (red.), *Innowacje w Zarządzaniu i Inżynierii Produkcji*, Oficyna Wydawnicza Polskiego Towarzystwa Zarządzania Produkcją, Opole, s. 387-397.

Wójcik D. (2015), *Współpraca sieciowa w instytucjach kultury*, „Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu", nr 7(64), s. 95-110.

INTER-ORGANIZATIONAL COOPERATION IN THE PERFORMING ARTS SECTOR – RESEARCH PERSPECTIVES

Summary: Over the last decades the relevancy of inter-organizational cooperation has been growing. Although cooperation has been recognized as significant and explored in many different sectors, its wider analysis in creative industries, are still scarce. While in creative sectors, associated with the culture and art like the performing arts sector, in particular, it remains very poorly identified research field. The aim of the article is to present the specificity of that cooperation and an indication of research perspectives with the use of the critical literature review methodology.

Keywords: inter-organizational cooperation, performing arts sector, creative industries.