



**Michał Roman\***

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

## WPŁYW KLASTRÓW TURYSTYCZNYCH NA INNOWACYJNOŚĆ GOSPODARKI TURYSTYCZNEJ

### Streszczenie

Celem opracowania było zaprezentowanie wpływu klastrów turystycznych na innowacyjność gospodarki turystycznej. Klastry turystyczne, w tym na obszarach wiejskich i leśnych, odgrywają ważną rolę w aktywizacji społeczności lokalnej, regionu, państwa, a także mogą dynamizować obszar międzynarodowy. Przekształcają miejscowości w tereny turystyczne oraz zwiększają ich konkurencyjność na rynku turystycznym. Specyfika klastrów w turystyce wynika ze złożoności oferty turystycznej, uwzględniającej potrzeby odbiorców.

**Słowa kluczowe:** innowacyjność, turystyka, gospodarka turystyczna, klastry

### Wprowadzenie

Istnieją różne możliwości rozwoju podmiotów gospodarczych i utrzymania ich konkurencyjności. Mogą to być działania w pojedynkę (można funkcjonować samodzielnie na rynku) lub działanie zbiorowe (w kooperacji, we współpracy) (Stankiewicz, 2002, s. 11–12; Prus, 2006, s. 150–151).

---

\* Adres e-mail: [michal\\_roman@sggw.pl](mailto:michal_roman@sggw.pl).

Na działalność gospodarczą nie wystarczą własne możliwości rozwojowe (ludzkie, rzeczowe, finansowe, informacyjne). Potrzebny jest kapitał z zewnątrz. Pozyskiwanie środków staje się możliwe i skuteczne, gdy występuje współpraca wyspecjalizowanych w danej dziedzinie partnerów, uzupełniających się zasobami (Prus, 2008, s. 457, 460). Istnieje też warunek w ubieganiu się o środki pomocowe – uczestnictwo w niektórych konkursach jest możliwe tylko dla samorządów, w innych przedsięwzięciach wyłącznie dla organizacji pozarządowych, związków wyznaniowych, a jeszcze w innych zagwarantowane jest miejsce dla jednostek biznesowych czy rolników. W przypadku gdy przedsięwzięcie zakłada inwestycję gminną, akcję promocyjną lub edukacyjną wspomaganą działalnością gospodarczą, wówczas występuje trudność w samodzielnej realizacji działań przez gminę, społeczność lokalną lub firmę. Jeszcze inną kwestią staje się pozyskiwanie środków (zgodne z oczekiwaniami, polityką Unii Europejskiej) (Bogusz, Tomaszewski, 2015), gdy niektóre konkursy grantowe są skierowane wyłącznie do grup partnerskich (klastrow). W tej sytuacji partnerska formuła działania może oczekiwać na wsparcie finansowe nie tylko z funduszy europejskich, lecz także ze środków krajowych pochodzących również z sektora prywatnego. Partnerstwo stanowi dobrowolną i odpowiedzialną koalicję organizacji, instytucji (w tym samorządowych i okołobiznesowych) z określoną strukturą organizacyjną, zarządzaniem i planem działania (w tym strategią działania) uwzględniającym korzyści wszystkich jej członków. Nieco odmiennie znaczenie ma partnerstwo publiczno-prywatne, które jest umową zawartą na czas określony pomiędzy jednostką administracji publicznej (partnerem publicznym) a agentem (partnerem prywatnym). Na jej podstawie firma finansuje utworzenie infrastruktury potrzebnej do świadczenia usługi publicznej, a następnie oferuje tę usługę przez czas ważności koncesji i pobiera opłatę za wykonanie tej usługi. Partnerstwo publiczno-prywatne dotyczy więc realizacji konkretnego przedsięwzięcia (wydzielonego projektu) na podstawie ściśle określonej umowy prawnej. Do jej realizacji wystarczy dwóch partnerów. Idea partnerstwa publiczno-prywatnego ma charakter biznesowo-usługowy i jest narzędziem w realizacji wcześniej określonych, wydzielonych zadań, celów, które wynikają ze strategii rozwoju danego obszaru gospodarczego (Brodzicki, Szultka, 2002).

Podmioty zaangażowane w turystykę wiejską powinny poszukiwać pomysłów, jak podnieść konkurencyjność w ramach inteligentnego i zrównoważonego rozwoju obejmującego integrację i zrównoważenie różnorodnych płaszczyzn:

przyrodniczo-ekologicznej, technicznej, ekonomicznej, społecznej czy politycznej (Wielewska, 2015, s. 51). Aby przetrwać i skutecznie działać na rynku, podmioty te muszą stosować w mniejszym lub większym zakresie procesy innowacyjne (Wielewska, 2005, s. 239–240). W tym względzie interesująca staje się koncepcja klastrów.

Celem opracowania było zaprezentowanie wpływu klastrów turystycznych na innowacyjność gospodarki turystycznej.

## 1. Istota, zasady funkcjonowania i znaczenie klastrów

Klaster (*cluster* – grono przedsiębiorczości, wiązka, umowa, kontrakt między niezależnymi, autonomicznymi podmiotami na pewnych warunkach, terytorialny system gospodarczy, biegun kompetencji i współpracy) to geograficzne, przestrzennie skoncentrowane skupisko wzajemnie zależnych od siebie wyspecjalizowanych firm, instytucji i organizacji oraz odbiorców, w tym osób prywatnych, powiązanych formalnie lub nieformalnie w określonej dziedzinie o wspólnych i uzupełniających się wzajemnie cechach w zwarty system sieci pionowych i poziomych zależności (Porter, 2001, s. 248). Wzajemne powiązania dają autonomicznym podmiotom gospodarczym i społecznym możliwość realizacji własnych interesów oraz przewagę konkurencyjną, rozwój lokalny, regionu, państwa lub w skali międzynarodowej oraz większą aktywność społeczności, osiąganie wartości kulturowych i ekologicznych, wykorzystując efekt synergii. Polega on na (Breschi, Malerba, 2005, s. 443–444):

- a) ożywieniu gospodarczym terenu i zwiększeniu produktywności w ramach klastra przez specjalizację i skupienie potencjału wytwórczego;
- b) stymulowaniu rozwoju obszarów wiejskich przez rozwój na tym terenie kreatywności i przedsiębiorczości lokalnej, w tym rolniczej;
- c) dyfuzji postępu technicznego w bliskiej odległości i rotacji wzajemnie sobie potrzebnych kadr oraz informacji w ramach klastra;
- d) kreowaniu marki lokalnej, regionalnej, krajowej lub międzynarodowej;
- e) zacieśnianiu między sobą współpracy firm, instytucji, w tym jednostek naukowo-badawczych, a także organizacji i odbiorców, zwiększeniu napływu inwestycji zagranicznych i turystów do regionu;
- f) realizowaniu wspólnych programów badawczych;

- g) oddziaływaniu na jakość i kierunek kształcenia kadr oraz redukcji bezrobocia;
- h) uzyskaniu wpływu na politykę i działanie władz publicznych szczebla krajowego i terytorialnego.

Klaster należy rozumieć również jako znajdującą się w geograficznym sąsiedztwie grupę przedsiębiorstw i powiązanych z nimi instytucji oraz organizacji zajmujących się określoną dziedziną, połączoną podobieństwami i wzajemnie się uzupełniającą. W języku francuskim klaster oznacza lokalne systemy produkcyjne (*systemes productifs locaux*). Klaster składa się nie tylko z firm, lecz także ze specyficznego środowiska instytucjonalnego obejmującego agencje publiczne, instytucje naukowe i edukacyjne, bankowe, ubezpieczeniowe, samorządowe, które są podstawą tworzenia sieci innowacji i zasobów ludzkich (kapitału ludzkiego) (Andersson, Serger, Sorvik, Hansson, 2004, s. 7–8).

Przez klaster należy rozumieć także przestrzenną i czasową koncentrację podmiotów partnerskich, w tym przedsiębiorstw, instytucji i organizacji wzajemnie powiązanych rozbudowaną siecią relacji o charakterze formalnym i nieformalnym, jednocześnie kooperujących i konkurujących w pewnych aspektach działania, a przy tym opartych i podążających tą samą, wspólną trajektorią produkcji i jej rozwoju, oraz wybrane wspólne rynki odbiorców. Uczestnicy klastra są związani systemowo i gospodarczo, dzielą między sobą te same umiejętności, technologię i infrastrukturę. Pozwala to osiągnąć jego członkom trwałą przewagę konkurencyjną. To oznacza, że wielkie i małe przedsiębiorstwa funkcjonujące w strukturze klastrowej osiągają znacznie więcej, niż gdyby miały pracować same. Staje się to możliwe dzięki sieci związanych przedsiębiorstw, dostawców, poddostawców, instytucji akademickich, władz państwowych i samorządowych oraz producentów skoncentrowanych na tym samym obszarze. Koncentracja i centralizacja produkcji i kapitału oraz specjalizacja działalności gospodarczej wspomaga tworzenie nowych przedsiębiorstw, produktów oraz nowych miejsc pracy dla wysoko kwalifikowanych, dobrze opłacanych pracowników (Mikołajczyk, Kurczewska, Fila, 2009, s. 26–27).

O powstaniu klastra decyduje inicjatywa klastrowa, która oznacza organizowanie wysiłków celem wsparcia wzrostu i poprawy konkurencyjności klastra przez angażowanie firm klastra, władz rządowych i samorządowych, uniwersytetów, instytucji B+R oraz organizacji pozarządowych krajowych i zagranicznych. Inicjatywy klastrowe dotyczą takich działań, jak (Gorynia, Jankowska, 2008, s. 34–36):

- a) współdziałanie na płaszczyźnie gospodarczej, społecznej, kulturowej, ekologicznej;
- b) tworzenie innowacji produktowych i procesowych;
- c) ekspansja klastra;
- d) polityka władz, współpraca z samorządami;
- e) edukacja i szkolenia;
- f) promocja inicjatyw klastrowych, kreowanie marki klastra, wymiana wiedzy, w tym informacji, komunikacja w ramach klastra i na zewnątrz;
- g) napływ inwestycji zagranicznych i kadr na teren działania klastra.

W tabeli 1 zaprezentowano cechy i cele klastrów.

Tabela 1. Cechy i cele klastrów

Cechy klastrów	Cele klastrów
1	2
Zbiorowa, wspólna skłonność i zdolność do generowania postępu technicznego i utrzymania przewagi konkurencyjnej	Budowanie współpracy i atmosfery wzajemnego zaufania i uczciwości oraz odpowiedzialności podczas realizacji wspólnych przedsięwzięć gospodarczych, kulturowych i ekologicznych
Wzajemna wymiana i zdolność podmiotów do synergii ze względu na ich geograficzną bliskość i wzajemną zależność. Bliskość pozwala robić interesy taniej i łatwiej, rozwiązywać problemy szybciej i bardziej skutecznie oraz szybko i bezpośrednio dowiadywać się o nowych, innowacyjnych technologiach i praktykach	Wymiana informacji, wspieranie rozwoju i innowacji w branży
Systemowe połączenia (interakcyjność), sieć powiązań formalnych lub nieformalnych	Prowadzenie wspólnych szkoleń
Przestrzenna koncentracja przedsiębiorstw, instytucji państwowych i organizacji, a przez to skupienie w pewnym obszarze i w danym czasie zasobów	Współdziałanie z jednostkami naukowo-badawczymi
Geograficznie klaster może występować na obszarze jednego miasta, stanu, kraju, a nawet grupy sąsiadujących krajów, przy czym granice klastra nie zawsze pokrywają się z granicami układu przestrzennego	Działalność marketingowa, w tym promocyjna i reklamowa
Interakcyjność powiązań rozbudowaną siecią relacji o formalnym i nieformalnym charakterze opartych na wspólnej trajektorii (torze, kierunkach) rozwoju (technologicznej, wspólnych rynkach docelowych itp.)	Współdziałanie w aktywności handlowej

1	2
Współpraca oparta na zaufaniu, uczciwości, zaangażowaniu, wzajemnej pomocy i współdziałaniu wśród wielu sprzeczności, autonomicznych, niezależnych podmiotów	Osiąganie efektów synergii współdziałających firm w ramach klastra
Jednoczesna kooperacja i konkurencja w pewnych aspektach działania, wynikająca z partykularnych interesów i własności zasobów (celów własnościowych) poszczególnych członków klastra	Wzrost produktywności na bazie specjalizacji przez wykorzystanie wspólnych zasobów, w tym pracowników
Zdolność do generowania i utrzymania przewagi konkurencyjnej	Pozyskiwanie funduszy i innego wsparcia na rozwój klastra i działalność bieżącą
Orientacja, współpraca na odbiorcę, poszerzenia i utrzymania stanu klientów	
Redukcja ryzyka, co pozwala ograniczyć koszty zarządzania i marketingu	
Dyfuzja, przenikanie postępu technicznego, transfer wiedzy i kadr w ramach klastra i poza nim	
Zdolność przyciągania nowych zasobów i przedsiębiorstw, w tym inwestorów do organizacji klastrowej dzięki osiągnięciu masy krytycznej i orientacji strategicznej oraz marki	

Źródło: opracowanie własne na podstawie Staszewska (2009), s. 40; Gorynia, Jankowska (2007), s. 2–3.

Koncepcja klastra stanowi również sposób myślenia o kreowaniu międzynarodowej konkurencyjności gospodarki. Jej istotą jest podejście systemowe i nielinearność procesu innowacyjnego. Według Rosenfelda są następujące granice klastra (1996, s. 254–255):

- system komunikacji i ruch drogowy,
- tożsamość kulturowa,
- osobiste preferencje,
- hierarchia społeczna,
- względy polityczne.

Klaster to niezwykle złożony organizm, a nie prosta jedność firm, która prowadzi do kolektywnej działalności produkcyjnej i marketingowej. Stąd Rosenfeld rozróżnia sieć i klaster. Klaster stanowi nie zwykłe skupisko firm i instytucji, lecz organiczną jedność między nimi na bazie poszanowania ich własności, suwerenności, odrębności i interesów w ramach całości (Rosenfeld, 1996, s. 254–255).

Tabela 2. Różnicowanie sieci i klastra

Cechy sieci	Cechy klastrów
Umożliwiają firmom tani dostęp do specjalistycznych zasobów i usług	Przyciągają potrzebne usługi specjalistyczne do regionu
Oferują ograniczone członkostwo	Oferują otwarte członkostwo
Oparte są na kontraktowych umowach	Bazują na relacjach opartych na zaufaniu i zachęcają do wzajemności
Ułatwiają firmom zaangażowanie się w złożone interesy	Tworzą popyt dla większej ilości firm o podobnych i pokrewnych możliwościach
Opierają się na kooperacji	Ma w nich miejsce zarówno kooperacja, jak i rywalizacja pomiędzy ogniwami
Mają wspólne cele biznesowe	Mają wspólne wizje i środowisko innowacji
Są sformalizowane	Są niesformalizowane

Źródło: Aleksandrowa (2007), s. 22.

Pojęcie „klaster” wywodzi się z kategorii muzycznej. Jest to inaczej wielodźwięk, mocne uderzenie utworzone z sąsiadujących ze sobą w skali muzycznej dźwięków (z ang. *tone cluster* – wiązka dźwiękowa). Został wprowadzony w 1930 roku przez Henry’ego Cowella i oznacza współbrzmienie złożone z sąsiadujących ze sobą dźwięków skali muzycznej (małe i wielkie sekundy, mikrointerwały). Efekt klastra występuje często w zagęszczonym układzie składników, co nadaje mu szmerowy charakter. Klaster początkowo polegał na uderzeniu w klawiaturę całą dłonią, przedramieniem lub łokciem. Wykorzystuje się go powszechnie w muzyce kameralnej i orkiestrowej (Gancarczyk, 2010).

## 2. Rodzaje klastrów i ich formy powiązań

Istota klastra w naukach ekonomicznych została zdefiniowana w 1990 roku przez Michaela E. Portera, który określił klaster jako geograficzne skupisko zaufanych i wzajemnie powiązanych firm, wyspecjalizowanych dostawców, jednostek świadczących usługi, firm działających w pokrewnych sektorach i związanych z nimi instytucji (uniwersytetów, jednostek normalizacyjnych, stowarzyszeń branżowych w poszczególnych dziedzinach), konkurujących ze sobą, jak również współpracujących (Porter, 2001, s. 248). Można wyszczególnić następującą klasyfikację klastrów (Gorynia, Jankowska, 2008, s. 45–47):

1. Ze względu na stopień zaawansowania rozwojowego procesów wytwórczych i marketingowych:
  - a) klastry wysokich technologii – silnie zorientowane na wysokie technologie, utrzymujące ścisłe powiązania z ośrodkami naukowo-badawczymi i wdrożeniowymi, często wręcz z nich wyrastające, np. Dolina Krzemowa w USA;
  - b) klastry tradycyjnych technologii (klastry historyczne) – oparte na *know-how* i wiedzy wypracowanej przez wiele lat, a nawet pokoleń, na tradycji; ich kontakty z sektorem badawczym są ograniczone, np. winnice regionu Bordeaux we Francji lub szwajcarski przemysł zegarmistrzowski.
2. Ze względu na formy powiązań, kooperacji klastrowych (układu powiązań w procesie pracy):
  - a) klastry zdecentralizowane sieciowe (dystrykty przemysłowe), inaczej model włoski klastra (Gorynia, Jankowska, 2008, s. 46; Staszewska, 2009, s. 66):
    - brak jednego centralnego punktu, wokół którego skupiają się podmioty gospodarcze (brak sformalizowanej struktury, przeważają powiązania nieformalne),
    - występuje sieć małych, elastycznych firm, funkcjonujących w tym samym lub podobnym sektorze produkcji, charakteryzujących się zdolnością szybkiej adaptacji, wysokiej elastyczności do zmieniającego się rynku i zróżnicowanych wymagań, które opierają działalność na zaufaniu i współpracy, wykorzystując przy tym nowe, zaawansowane technologie i lokalną infrastrukturę,
    - brak powiązań kapitałowych,
    - brak wyodrębnionej struktury zarządzającej (koordynacji),
    - współpraca „każdy z każdym”,
    - związki pomiędzy firmami inicjowane przez właścicieli;
  - b) klastry scentralizowane typu koncentrycznego (ang. *hub and spoke* – czyli oś i szprychy lub jądro słońca i promienie słoneczne) stanowiące skupisko podmiotów (satelit) wokół centrum (lidera, pomysłu) koordynującego pracę klastra (osi), osią mogą być podmioty wiodące, w tym instytucjonalne („zakotwiczone wokół instytucji”); ostatnie rozwiązanie to klastry instytucjonalne typu *state-anchored*, skupione wokół



instytucji publicznych (administracji publicznej szczebla centralnego lub terytorialnego).

Klasy instytucjonalne, zwłaszcza zdominowane przez pojedynczą wielką instytucję, mogą stać się zależne ekonomicznie od źródła finansowania tej instytucji. Duże instytucje przyciągają grono dostawców nastawionych na zaspokojenie ich potrzeb. Instytucja w porównaniu od innych rodzajów klastrów odgrywa tu silnie dominującą rolę. Klasy instytucjonalne są generalnie zorientowane na zewnątrz, odpowiadając przede wszystkim na zapotrzebowanie instytucji, która może być również zorientowana na zewnątrz, a rozwój lokalnej przedsiębiorczości jest celem drugorzędnym (Gorynia, Jankowska, 2008, s. 46–47).

Typowym rozwiązaniem klastra scentralizowanego jest model duński, w którym mniejsi kooperanci skupieni są wokół większej firmy (brokera sieciowego), inspirującego i koordynującego działania klastra (opracowanie strategii rozwoju klastra, programu szkolenia członków klastra, zapewnienie dostępu do informacji, technologii oraz prowadzenie działań marketingowych, w tym promocyjnych) (Gorynia, Jankowska, 2008, s. 46; Staszewska, 2009, s. 67).

Natomiast model klastra scentralizowanego o charakterze instytucjonalnym to rozwiązanie holenderskie, w którym mniejsze podmioty są skupione wokół instytucji i występuje silny nacisk na innowacje produktowe i procesowe, ścisła współpraca z ośrodkami B+R, a także aktywna polityka rządu (Gorynia, Jankowska, 2008, s. 47; Staszewska, 2009, s. 68; Götz, 2012, s. 54).

### **3. Znaczenie klastrów w transferze innowacji i rozwoju turystyki**

Klasy mogą być organizowane w sektorze lotniczym, kosmicznym, morskim, biotechnologicznym i w innych sektorach gospodarki narodowej, w tym w turystyce<sup>1</sup>. Potrafią napędzać rozwój i innowacje w określonych dziedzinach aktywności społeczno-gospodarczej, kulturowej i ekologicznej, zachęcając do skuteczniejszej wymiany usług wsparcia i informacji na temat wspólnych zainteresowań. Rozwój klastrów nie można pozostawić wyłącznie rynkowi w nadziei, że wzajemne interesy zachęcą konkurentów do współpracy. Nie można też całkowicie powierzyć lokal-

---

<sup>1</sup> Szerzej na temat klastrów turystycznych w Polsce, Europie i na świecie: Staszewska (2009), s. 58–65; Roman (2013), s. 313–316.

nym działaczom sektora publicznego. Trzeba wybrać odpowiedni rodzaj wsparcia, jaki mogą zaoferować instytucje publiczne, np. władze państwowe i samorządowe lub agencje rozwojowe. Powinny one z natury wspierać rozwój klastrów ze względu na korzyści gospodarcze, społeczne, kulturowe i ekologiczne, jakie przynoszą one dla regionu. Zachodzi przy tym pytanie: jak najlepiej zorganizować pomoc ze strony instytucji publicznych? Wymagane jest uniwersalne podejście zależne od danej branży i jej potrzeb, jak również od okresu funkcjonowania i poziomu rozwoju klastra (Palmen, Baron, 2008, s. 76–80).

Klasy powstają w sposób naturalny, a rola sektora publicznego nie polega na próbach tworzenia klastra, lecz na wzmacnianiu na wiele różnych sposobów, np. zachęcając do wymiany informacji, lub na zajmowaniu się rynkowymi porażkami. Sektor publiczny może pomóc w rozbudowie infrastruktury, aby podnieść pozycję rentownych i konkurencyjnych ośrodków turystycznych. W miarę upływu czasu doszło do gruntownych zmian i przejmowania uprawnień przez sektor prywatny. Władze lokalne przekazują swoje dotychczasowe obowiązki lokalnym stowarzyszeniom przedsiębiorców, aby decyzje gospodarcze mogłyby zapadać bliżej głównych zainteresowanych sprawami turystyki. Zaangażowanie sektora publicznego w klasy może okazać się twórcze, szczególnie przy eliminowaniu określonych słabych punktów, takich jak (Palmen, Baron, 2008, s. 76):

- wspólne wykorzystanie siły roboczej,
- wymiana informacji i znajdowanie sposobów na poprawę długoterminowych perspektyw biznesowych,
- podpisywanie umów partnerskich dotyczących budowy infrastruktury, transferu technologii na nowe rynki.

Duża część pracy regionu na rzecz klastrów może być napędzana przez konsorcja wymiany informacji. Intensywna wymiana informacji w branżach umożliwi określenie ich dążeń i potrzeb, co z kolei pozwala sektorowi publicznemu pomagać w sposób odgórny (Taylor, 2007, s. 18).

Sektory publiczny i prywatny w ramach polityki klastrów podejmują ryzyko, jak również świadomie korzystają ze wspólnych zasobów. Rozwój klastrów może doprowadzić do ożywienia i przedłużenia sezonu turystycznego, a nawet mobilność zasobów siły roboczej przez cały rok. To może zapewnić jeszcze większy wzrost gospodarczy. Bliska współpraca sektora publicznego i prywatnego powinna odbywać się w ramach opracowanych strategii. Taka inicjatywa może poprawić współpracę

między tymi sektorami, które wspólnie mogą finansować projekty i inicjatywy klastrów, dodatkowo wspierając perspektywy gospodarcze, kulturowe i ekologiczne obszaru. Model publiczno-prywatnej współpracy wprowadza klastery w nową, silniejszą fazę rozwoju. Regiony powinny jak najlepiej wykorzystywać swoje zasoby produkcyjne, przyrodnicze i kulturowe. Znaczącą rolę w promowaniu innowacji w małych i średnich firmach odgrywają uniwersytety. Dlatego w takich instytucjach coraz większą rolę odgrywają biura badań i innowacji oraz transferu technologii. Uniwersytety powinny prowadzić regularną współpracę z firmami lokalnymi, oferując wiedzę i doświadczenie w zakresie patentowania i licencjonowania pomysłów nie tylko turystycznych (Taylor, 2007, s. 18).

## Podsumowanie

Klaster może stać się konkurencyjny wobec innych podmiotów, gdy koncentracja specyficznych zasobów w danym sektorze, na danym obszarze i w określonym czasie staje się atrakcyjnym ośrodkiem oddziaływania na otoczenie i przyciąga dalsze zasoby. To może pozwolić powiększyć przewagę wobec konkurencji. Klastry mogą odnieść sukcesy konkurencyjne w określonych dziedzinach działalności, jak również w skali gospodarki narodowej, regionalnej, lokalnej, a nawet wielkomiejskiej głównie w krajach gospodarczo rozwiniętych. Klastry przyczyniają się do łączenia firm, instytucji naukowych i zasobów, umożliwiając tym samym szybsze wprowadzenie wiedzy na rynek i jej komercjalizację. Skutecznie działające klastry sprzyjają zwiększeniu konkurencji i współpracy. Przyczyniają się do podnoszenia produktywności, przyciągają kadry i inwestorów, wspierają badania naukowe, wzmacniają bazę klastra i prowadzą do rozwoju konkretnych produktów i usług oraz stają się celem rozwoju umiejętności (Brodzicki, Szultka, 2002).

Klastry o znaczeniu ogólnoswiatowym przyciągają w szybkim tempie umysły, które wspierają innowacje, czego przykładem może być Dolina Krzemowa w USA. Dlatego polityka wspierania klastrów jest ważnym elementem polityki innowacyjnej nie tylko w rozwiniętych ośrodkach miejskich, lecz także w biedniejszych regionach oraz na terenach wiejskich. Miejsca te dysponują niezagospodarowanym potencjałem kulturowym i przyrodniczym, w tym krajobrazowym, który może być wykorzystany w turystyce wiejskiej (np. Okopski Klaster Agroturystyczny) (Roman, 2009b). Mieszkańcom wsi stwarza to nowe możliwości użytkowania przestrzeni

wiejskiej (zabudowań rolniczych, lokalnej infrastruktury, pamiątek historycznych), a w ten sposób nowe dochody budżetów rodzinnych oraz wielofunkcyjnego rozwoju środowiska wiejskiego. O konkurencyjności gospodarczej w tym zakresie decyduje umiejętność szybkiego wprowadzania innowacji i jej upowszechniania (Roman, 2009a).

Klastry turystyczne, w tym na obszarach wiejskich i leśnych, odgrywają ważną rolę w aktywizacji społeczności lokalnej, regionu, państwa, a także mogą dynamizować obszar międzynarodowy. Przekształcają miejscowości w tereny turystyczne oraz zwiększają ich konkurencyjność na rynku turystycznym. Specyfika klastrów w turystyce wynika ze złożoności oferty turystycznej uwzględniającej potrzeby odbiorców. Turysta, wykupując wczasy lub wycieczkę, chce bezpiecznie odpocząć w ciszy i spokoju, w czystym środowisku, zregenerować siły, a ponadto doznać wrażeń, przeżyć przygodę, poznać innych, ich kulturę oraz mieć możliwości rozwoju interesów osobistych. System wartości klastra turystycznego zawiera zatem następujące rodzaje łańcuchów wartości (Skawińska, Zalewski, 2009, s. 19):

- a) łańcuchy dostawcze (transport, logistyka);
- b) łańcuchy zakwaterowania i gastronomii;
- c) łańcuchy handlowe, w tym sprzedaży pamiątek;
- d) łańcuchy usług przewodnickich i pilotów, specjalistycznych księgarń, firm ubezpieczeniowych, sprzętu i wyposażenia turystów, wymiany walut itp.

Zjawiska związane z tworzeniem klastra i wzajemne zależności są niekiedy niedoceniane w polityce rozwoju turystyki w regionie. Klastry są zjawiskiem i przedsięwzięciem globalnym, dobrze funkcjonują w krajach rozwiniętych i rozwijających się oraz w tych państwach, które przechodzą transformację systemu politycznego i gospodarczego. Istnieje potrzeba „mapowania” klastrów w kształcie gwiazdy, gdyż to daje wzrost wydajności pracy. W takiej konfiguracji występują silne relacje między dużym stopniem klasteryzacji i wysokim poziomem PKB (Brodzicki, Szultka, 2002).

Inicjatywy klastrowe i polityka klastrów (ich strategie rozwoju) to czynniki napędowe innowacji, konkurencyjności i wzrostu oraz rozwoju gospodarczego. Pomoc dla klastrów jest głównym celem starań Unii Europejskiej w zakresie promowania innowacji. W wyniku kontaktów firm w ramach współpracy i rywalizacji powstają klastry, które często są centrum aktywności innowacyjnej (European Commission, 2002, s. 13–14).

Klaster jako zintegrowana sieć podmiotów gospodarczych ma na celu rozwój więzi kooperacyjnych w procesie (łańcuchu) tworzenia wartości przez wymianę wiedzy, doświadczenia, wzajemnego poparcia i budowy sieci wspólnych kontaktów. Dzięki eksploatacji rzadkich zasobów i dyfuzji innowacji klastry umożliwiają uzyskanie kolektywnej przewagi konkurencyjnej (Wojnicka, 2002, s. 34).

## Literatura

- Aleksandrowa, A.Y. (2007). Klastry turystyczne w Rosji i za granicą. *Turyzm*, 17, 21–26.
- Andersson, T., Serger, S.S., Sorvik, J., Hansson, E.W. (2004). *The Cluster Policies Whitebook*. The Competitiveness Institute. IKED.
- Bogusz, M., Tomaszewski, M. (2015). Wykorzystanie środków pomocowych UE na rozwój przedsiębiorczości w ramach PROW 2007–2013. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 402, 50–59.
- Breschi, S., Malerba, F. (2005). *Clusters, networks and innovation*. New York: Oxford University Press.
- Brodzicki, T., Szultka, S. (2002). Koncepcja klastrów a konkurencyjność przedsiębiorstw. *Organizacja i Kierowanie*, 4 (110), 45–59.
- European Commission (2002). *Regional clusters in Europe, Observatory of European SMEs*.
- Gancarczyk, M. (2010). Model schyłku i odrodzenia klastrów. *Gospodarka Narodowa*, 3, 1–21.
- Gorynia, M., Jankowska, B. (2007). Wpływ klastrów na konkurencyjność i internacjonalizację przedsiębiorstw. *Gospodarka Narodowa*, 7–8, 1–13.
- Gorynia, M., Jankowska, B. (2008). *Klastry a międzynarodowa konkurencyjność i internacjonalizacja przedsiębiorstwa*. Warszawa: Difin.
- Götz, M. (2012). *Atrakcyjność klastra dla lokalizacji bezpośrednich inwestycji zagranicznych*. Poznań: Instytut Zachodni.
- Mikołajczyk, B., Kurczewska, A., Fila, J. (2009). *Klastry na świecie. Studia przypadków*. Warszawa: Difin.
- Palmen, L., Baron, M. (2008). *Przewodnik dla animatorów inicjatyw klastrowych*. Warszawa: PARP.
- Porter, M.E. (2001). *Porter o konkurencji*. Warszawa: PWE.
- Prus P. (2006). Opinie rolników na temat współpracy w ramach grup producentów rolnych. *Roczniki Naukowe SERiA*, 8 (1), 150–153.

- Prus P. (2008). Rola grup producenckich w podnoszeniu konkurencyjności gospodarstw rolniczych. *Roczniki Naukowe SERiA*, 9 (3), 456–461.
- Roman, M. (2009a). Inicjatywy klastrowe w agroturystyce na przykładzie Okopskiej Organizacji Turystycznej. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Rolniczego w Krakowie. Infrastruktura i Ekologia Terenów Wiejskich*, 6, 187–195.
- Roman, M. (2009b). Klaster okopski jako przykład inicjatywy społecznej. W: I Sikorska-Wolak (red.), *Turystyczne funkcje obszarów wiejskich* (s. 91–101). Warszawa: Wydawnictwo SGGW.
- Roman, M. (2013). Klastry jako forma współdziałania w działalności turystycznej. *Zarządzanie i Finanse*, 1 (11), 309–320.
- Rosenfeld, S.A. (1996). Does cooperation enhance competitiveness? Assessing the impact of interfirm collaboration. *Research Policy*, 25, 254–260.
- Skawińska, E., Zalewski, R.I. (2009). *Klastry biznesowe w rozwoju konkurencyjności i innowacyjności regionów. Świat – Europa – Polska*. Warszawa: PWE.
- Stankiewicz, M.J. (2002). *Konkurencyjność przedsiębiorstwa*. Toruń: Dom Organizatora.
- Staszewska, J. (2009). *Klaster perspektywą dla przedsiębiorców na polskim rynku turystycznym*. Warszawa: Difin.
- Taylor, P. (2007). Różne podejście do wpierania klastrów. *Innowacje w Europie*, 1, 18–19.
- Wielewska I. (2005). Innowacje jako siła rozwojowa polskich przedsiębiorstw na przykładzie wybranych firm województwa pomorskiego. *Prace Naukowe Katedry Ekonomii i Zarządzania Przedsiębiorstwem*, 4. Gdańsk: Politechnika Gdańska, 231–240.
- Wielewska I. (2015). *Ecological investments as a necessary condition for sustainable development of agribusiness companies*. Economic Science for Rural Development. Rural Development and Entrepreneurship. Proceedings of the International Scientific Conference, No 39, Latvia University of Agriculture, Jelgava 2015, 47–56.
- Wojnicka, E. (2002). Rola klastrów innowacyjnych w Unii Europejskiej. *Wspólnoty Europejskie*, 5, 34–39.

## THE IMPACT OF TOURISM CLUSTERS FOR INNOVATION TOURISM ECONOMY

### Abstract

The aim of the study was to demonstrate the impact of tourism clusters on innovation tourism economy. Clusters of tourism, including rural areas and forests play an important role in the activation of the local community, region, state, and may also stimulate the international area. Transform the village in tourist areas and increase their competitiveness in the tourism market. The specificity of the clusters in tourism due to the complexity of the tourist offer, taking into account the needs of customers.

**Keywords:** innovation, tourism, tourism economy, clusters

**JEL codes:** Q120, Q130, Q170

