

ROLA I ZNACZENIE KLASTRÓW W ROZWOJU TURYSTYKI W WOJEWÓDZTWIE ŚWIĘTOKRZYSKIM

EWA PAŁKA-ŁEBEK¹, JANINA WROŃSKA-KICZOR²

¹ e-mail: ewa.palka@ujk.edu.pl

² e-mail: lucy@ujk.edu.pl

SŁOWA KLUCZOWE

klastering, turystyka, konkurencja, rozwój regionu

STRESZCZENIE

W artykule omówiono istotę klastrow i ich znaczenie w rozwoju turystyki w regionie. Klastry sektora turystycznego realizują działania na różnych płaszczyznach, które dla pojedynczego przedsiębiorcy są niemożliwe do zrealizowania. Dzięki współpracy łatwiej przezwyciężają trudności, co przekłada się na wiele efektów rzeczowych i zwiększony ruch turystyczny. Klastry mogą również odegrać znaczącą rolę w aktywizacji społeczności lokalnej i przekształceniu miejscowości w tereny turystyczne oraz zwiększeniu konkurencyjności na rynku turystycznym.

Wprowadzenie

W warunkach coraz większej konkurencji międzynarodowej oraz zmniejszonego tempa wzrostu gospodarczego większego znaczenia dla rozwoju przedsiębiorczości nabierają inicjatywy władz lokalnych nakierowane na efektywne wykorzystanie endogenicznych zasobów (Borowiecki, Siuta-Tokarska, 2008, s. 66). Integracja samorządu terytorialnego z przedsiębiorcami (w tym z branży turystycznej) w formie klastrow i konsorcjów pozwala regionom na stworzenie konkurencyjnej oferty, a firmom na lepszą promocję. Koncepcja klasteringu w tym sektorze budzi coraz większe zainteresowanie, co świadczy o rosnącej liczbie powiązań kooperacyjnych skupiających różne podmioty w sposób bezpośredni i pośredni zaangażowane w przygotowanie, oferowanie i realizowanie usług oraz produktów turystycznych. Istota produktu turystycznego, która opiera się na świadczeniu wielu usług przez wyspecjalizowane podmioty, wpływa na współpracę i korzyści bardziej odczuwalne w ramach łańcucha wartości. Choć odchodzi się już od tradycyjnego postrzegania klastrow przez pryzmat geograficznego sąsiedztwa podmiotów tworzących powiązanie (łatwość komunikacji, współpraca on-line), to w branży turystycznej aspekty te są kluczowe i przesądzają o możliwościach utworzenia i rozwoju powiązania kooperacyjnego. W turystyce istotnym punktem wyjścia do podjęcia kooperacji podmiotów w celu skumulowania ich potencjału, wykorzystania efektów synergii i skali jest duża atrakcyjność turystyczna, mierzona liczbą

atrakcji zarówno o charakterze naturalnym (krajobraz, klimat, ukształtowanie terenu, parki, pomniki przyrody itp.), jak i antropogenicznym (architektura, folklor i tradycje ludowe, baza noclegowa, styl i poziom warunków życia lokalnej społeczności itp.). Skumulowanie ich na danym obszarze przekłada się na powstawanie i rozwój regionów turystycznych. Turystyka zajmuje coraz ważniejsze miejsce w gospodarce kraju, a jej dynamiczny rozwój wynika z rosnącego popytu na produkty i usługi turystyczne. Trendowi temu towarzyszy wzrost świadomości, potrzeb i oczekiwań odbiorców usług turystycznych. Dlatego współczesny turysta staje się klientem nader wymagającym, o czym przekonują się tak usługodawcy (biura podróży, organizatorzy imprez, właściciele hoteli, pensjonatów, zajazdów, moteli i gospodarstw agroturystycznych), jak i władze regionów, miast i gmin, dla których turystyka staje się ważnym źródłem dochodów. Integracja samorządu terytorialnego z przedsiębiorcami branży turystycznej w formie klastrów i konsorcjów daje szansę regionom na stworzenie konkurencyjnej oferty, a firmom na lepszą promocję. Kluczową rolę w rozwoju klastrów pełnią instytucje otoczenia biznesu, które jako animatorzy i koordynatorzy aktywnie inicjują, wspierają i aktywizują działalność klastrów. Instytucje te są najczęściej związane ze środowiskiem naukowym i samorządowym.

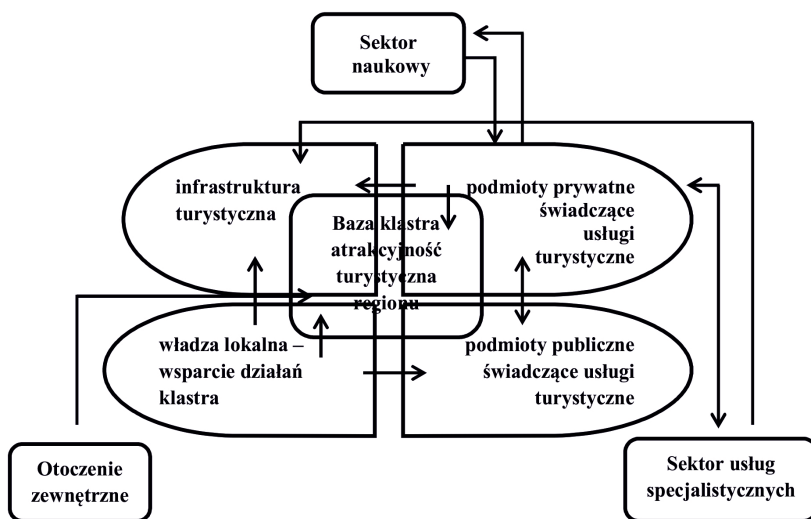
Celem pracy jest omówienie funkcjonowania klastrów w sektorze turystycznym oraz próba oceny ich wpływu na rozwój turystyki w województwie świętokrzyskim. Realizację celu oparto na efektach oddziaływania klastrów na turystykę pochodzących z materiałów źródłowych, opracowań fizjograficznych oraz literatury przedmiotu.

Klastry w ujęciu teoretycznym

Słowo klastr wywodzi się z angielskiego słowa *cluster* i oznacza „grono” lub „kiść”. Termin zaczął być stosowany w gospodarkach uprzemysłowionych na określenie grup kooperacyjnych przedsiębiorstw, które są wyspecjalizowane, a ich działania opierają się na współpracy, przy powiązaniach z zapleczem naukowo-badawczym i administracją terenową (Gorynia, Jankowska, 2008, s. 34). Termin klastr na pole gospodarki przeniósł amerykański ekonomista Michael Porter, określając nim „grupy podobnych rzeczy, wzrastających bądź trzymających się razem grup ludzi lub rzeczy znajdujących się blisko siebie” w książce *The Competitive Advantage of Nations* z 1990 r. Bardziej szczegółowa wersja definicji tegoż autora brzmi następująco: „geograficzne skupisko wzajemnie powiązanych firm, wyspecjalizowanych dostawców, jednostek świadczących usługi, firm działających w pokrewnych sektorach i związanych z nimi instytucji (np. uniwersytetów, jednostek normalizacyjnych i stowarzyszeń branżowych) w poszczególnych dziedzinach, konkurujących między sobą, ale również współpracujących”. Klastry „osiągające masę krytyczną (niezbędna liczba firm i innych instytucji tworząca efekt aglomeracji) i odnoszące niezwykle sukcesy konkurencyjne w określonych dziedzinach działalności są uderzającą cechą niemal każdej gospodarki narodowej, regionalnej, stanowej, a nawet wielkomijskiej, głównie w krajach gospodarczo rozwiniętych” (Porter, 2001, s. 245). Inna definicja klastra określa grupę przedsiębiorstw, którą cechuje „lokalna koncentracja małych lub średnich firm, przynależność ich do tej samej lub kilku innych powiązanych branż, kooperacja i «zdrowa konkurencja» pomiędzy uczestnikami klastra, współpraca producentów z przedsiębiorstwami świadczącymi usługi biznesowe oraz z ośrodkami badawczo-rozwojowymi”

(Grycuk, 2003, s. 4). Rola klastrów polega „na rywalizacji i współpracy, co w wypadku wsparcia działaniami organizacji wyspecjalizowanych, jak organizacje zajmujące się handlem, zbieraniem danych ekonomicznych czy technicznych, generuje pewien efekt dodatkowy, jak wzrost produkcji, zysku, sprzedaży – korzystny dla każdego z przedsiębiorstw klastra, jak i dla całego klastra, a tym samym wzrost produkcji sprzedaży, zysku i tak dalej na całym terytorium działania klastra, co wyznacza ich znaczenie na tym terytorium” (Olesiński, Leśniewski, 2009, s. 147).

Tematem funkcjonowania klastrów w turystyce zajmuje się wielu autorów, których przywołuje w przeglądzie literatury Dębski (2014, s. 54). Ministerstwo Gospodarki będące podmiotem publicznym kreującym politykę rozwoju klastrów definiuje je jako „elastyczną formę współpracy horyzontalnej między trzema grupami podmiotów: przedsiębiorstwami, jednostkami naukowo-badawczymi oraz władzami publicznymi, które tworzą środowisko ułatwiające intensywne procesy interakcji i kooperacji między poszczególnymi aktorami narodowych i regionalnych systemów innowacji” (Ministerstwo Gospodarki..., 2016). Do głównych cech klastrów zalicza się: koncentrację przestrzenną, interakcyjność, powiązania, wspólną trajektorię rozwoju, konkurencję i współpracę. Współdziałanie MŚP oraz wielu organizacji obecnych w klastrze daje efekt synergii, niosący zwielokrotnione korzyści dzięki umiejętnemu połączeniu elementów składowych (Pastuszka, 2015, s. 184). Czynnikiem efektywnej współpracy klastrowej w sektorze turystyki jest udział jednostek naukowych w tworzeniu produktu turystycznego lub w tworzeniu ram dla rozwoju turystyki w regionie. Baza w postaci atrakcyjności turystycznej regionu może być wzmocniona lub osłabiona przez działania władz lokalnych (kwestia kreowania pozytywnego wizerunku), jakość usług i poziom standardu obsługi ruchu turystycznego, ale także ogólny klimat polityczno-społeczny, decydujący o postrzeganiu danego regionu jako bezpiecznego i sprzyjającego wypoczynkowi. Infrastruktura turystyczna to zasoby bazy noclegowej, gastronomicznej, transportowej i towarzyszącej (rys. 1).



Rysunek 1. Schemat klastra turystycznego

Źródło: opracowanie własne.

Podstawą istnienia klastra jest możliwość ograniczania przez firmy kosztów związanych z produkcją, usługami i transferem wiedzy. Funkcjonowanie aktywnych klastrów turystycznych w regionie niesie ze sobą zarówno korzyści wewnętrzne, jak i zewnętrzne (tab. 1).

Tabela 1. Korzyści wewnętrzne i zewnętrzna wynikające z funkcjonowania klastra turystycznego

Korzyści wewnętrzne	Korzyści zewnętrzne
<ul style="list-style-type: none"> – redukcja kosztów (np. marketingowych) i efektywniejsza promocja, – wzrost innowacyjności i konkurencyjności, – łatwiejszy dostęp do finansowania zewnętrznego, – wzrost liczby klientów i obrotów, – wzrost zatrudnienia, – skuteczniejszy lobbing. 	<ul style="list-style-type: none"> – wzmocnienie turystycznej marki regionu, – zdynamizowanie rozwoju regionalnego, – funkcjonują w skupiskach obejmujących nie tylko firmy klastrowe, ale także ich klientów i użytkowników ich produktów/usług, – wzrost liczby turystów, – zmniejszenie bezrobocia, – wpisanie turystyki w strategię rozwoju regionu.

Źródło: <http://www.pi.gov.pl> (12.10.2016).

Zaletą klastrów jest to, że wymuszają na władzach centralnych i samorządowych podjęcie nowej roli, polegającej na czynnym udziale w polityce makroekonomicznej, zwiększającej konkurencyjność i innowacyjność. Takie podejście pozwala w inny sposób patrzeć na politykę rozwoju regionalnego i lokalnego oraz na udział w niej sektora MŚP. Kooperacja pozwala efektywniej przyciągać inwestycje krajowe i zagraniczne, co dla każdego samorządu powinno być jednym z czynników rozwoju (Soliński, 2012, s. 34). Klasyry turystyczne są silnie zorientowane na marketing, czego wyrazem jest stale rosnąca liczba podmiotów zaangażowanych bezpośrednio i pośrednio w tworzenie i realizację różnorodnych ofert i usług produktów turystycznych. Punktem wyjścia do powiązań kooperacyjnych podmiotów, wykorzystania efektów synergii i skali jest przede wszystkim wysoki poziom atrakcyjności turystycznej danego obszaru mierzony potencjałem walorów przyrodniczych oraz antropogenicznych. Do słabych stron klastrów należą: niewielkie zasoby środków finansowych (lub ich brak) na badania naukowe oraz niepewna przyszłość, czyli co dalej po zakończeniu finansowania ze środków zewnętrznych.

Efekty oddziaływania klastrów na rozwój sektora turystyki

Funkcjonowanie silnych i konkurencyjnych klastrów korzystnie oddziałuje na rozwój gospodarki regionu i na wzrost zamożności społeczeństwa. Bliskość przedsiębiorstw usytuowanych w klastrach zapewnia zdecydowanie łatwiejszy dostęp do specjalistycznych firm i podmiotów. Działające w klastrach firmy są bardziej innowacyjne, co wynika ze współpracy z zapleczem naukowo-badawczym oraz występowaniem silnej presji konkurencyjnej (ze strony innych firm z klastra), niejako „wymuszającej” wprowadzanie nowych rozwiązań (Pastuszka, 2015, s. 185).

W Polsce klasyry zaczęły powstawać w pierwszych latach XXI w. Klasyry dojrzałe (tj. utworzone przed 2011 r.) stanowią 40%, zaś klasyry młode, utworzone w latach 2011–2015, aż 60%. Porównanie na tle innych krajów wskazuje, że polskie klasyry to struktury młode lub bardzo młode, znajdujące się dopiero na początku drogi rozwoju. Na terenie kraju wg danych raportu PARP było 134 klastrów pod koniec 2015 r. Przeciętnie klaster funkcjonujący w kraju grupuje 42 podmioty,

które średnio dają zatrudnienie 5,8 tys. osób. Najwięcej podmiotów znajduje się w województwach: śląskim, mazowieckim, dolnośląskim, wielkopolskim, podkarpackim i lubelskim. Liczba przedsiębiorstw wynosi ogółem 4578. Klastrer skupia od 4 do 146 firm, przy czym średnia wynosi 34 firmy na klastrer (Burczyńska, Frączek, Kryjom, 2016, s. 22, 60).

W województwie świętokrzyskim występuje wiele kluczowych czynników, które tworzą pozytywny klimat dla rozwoju klastrów:

- dogodne położenie oraz bliskość innych dużych aglomeracji miejskich,
- sprzyjający klimat i korzystne warunki do rozwoju przedsiębiorstw,
- obecność międzynarodowych koncernów działających w regionie,
- znaczące zasoby pracy o wysokiej jakości (dostępność doświadczonych i dobrze wykwalifikowanej kadry, sieć wyższych i średnich szkół technicznych i biznesowych),
- preferencje dla rozwoju infrastruktury gospodarczej (centra innowacji i parki technologiczne, inkubatory przedsiębiorczości, centra targowe),
- dobrze przygotowane tereny pod inwestycje przemysłowe i usługowe oraz system ulg dla inwestorów w specjalnych strefach ekonomicznych,
- szczególne walory przyrodnicze i klimatyczne (miejsce dobre do zamieszkania i prowadzenia biznesu).

W województwie świętokrzyskim funkcjonuje łącznie 15 klastrów i inicjatyw klastrowych różnych branż (wg PARP). Szczególne miejsce w ich zbiorowości zajmują klastry ulokowane w branży turystycznej regionu, które odgrywają coraz większą rolę w rozwoju turystyki. Wykorzystanie zasobów naturalnych województwa znajduje wsparcie w rozwoju klastrów ze strony władz publicznych, co zapisano w jednym z celów Regionalnej Strategii Innowacji Województwa Świętokrzyskiego 2015–2020. W działalność sektora turystycznego województwa zaangażowanych jest wiele podmiotów, m.in. przedsiębiorstwa turystyczne, władze terytorialne, instytucje otoczenia rynkowego, administracja turystyczna oraz jego mieszkańcy (tab. 2).

Tabela 2. Charakterystyka klastrów turystycznych na terenie regionu

Szwajcaria Bałtowska – powstał w 2001 r. na terenie gminy Bałtów	
Cele	rozwój pozycji konkurencyjnej klastra przez powiązania kooperacyjne, dbanie o rozwój infrastruktury klastra, wspieranie jego członków i tworzenie wspólnej polityki rozwoju; organizacja szkoleń, warsztatów i konferencji; kojarzenie podmiotów funkcjonujących z potencjalnymi partnerami biznesowymi oraz jednostkami naukowo-badawczymi
Zadania	wykorzystanie walorów krajobrazu i ożywienie gospodarcze gminy; tworzenie miejsc pracy w turystyce i rzemiośle; rozwój przedsiębiorczości poprzez agroturystykę i wsparcie lokalnego rzemiosła; rozwój wspólnoty lokalnej przez kultywowanie tradycji rękodzieła ludowego; rozwój infrastruktury technicznej dla działalności gospodarczej
Członkowie	DLF Invest sp. z o.o.; DROMAR R.L. Bożek; Sklep spożywczo-przemysłowy „BG”, Bar – Mała gastronomia: „M i G” s.c. B. Mazur & Z. Grabski; „MINI WOKA”, Robert Bimek; Centrum Apiterapii „ApiBałt” sp. z o.o.; Świętokrzyskie Centrum Innowacji i Transferu Technologii; Urząd Gminy Bałtów
Projekty	budowa restauracji na rzecz konkurencyjności i atrakcyjności turystycznej regionu w ramach działania 1.2. Tworzenie i rozwój powiązań kooperacyjnych przedsiębiorstw RPOŚ 2007–2013; stok narciarski: inwestycja powiązań kooperacyjnych na rzecz rozwoju w gminie Bałtów
Rola w regionie	wpływ na poprawę konkurencyjności i atrakcyjności regionu; wspieranie rozwoju lokalnego rzemiosła artystycznego; wspieranie aktywności w sferze sportów konnych i rekreacji zimowej oraz promowanie prozdrowotnej postawy wśród społeczeństwa

Słońce Regionu – utworzony w 2007 r. z siedzibą w Skarżysku-Kamiennej	
Cele	budowanie współpracy i zaufania w realizacji celów biznesowych; wymiana informacji, wspieranie rozwoju i innowacji w branży; promocja oraz marketing; współdziałanie z ośrodkami naukowo-badawczymi; pozyskiwanie funduszy na działalność bieżącą i dalszy rozwój; współudział w aktywności handlowej; wzrost produktywności przez wykorzystanie zasobów
Zadania	wdrożenie nowoczesnych technologii w sektorze turystycznym województwa; wspieranie informatyzacji przedsiębiorstw turystycznych
Członkowie	Instytut Rozwoju Regionalnego Stowarzyszenia Inicjatyw Europejskich; branża i obsługa turystyczna; klaster liczy 14 członków i zrzesza 10 podmiotów
Rola w regionie	wpływanie na poprawę konkurencyjności i atrakcyjności regionu oraz wspieranie rozwoju lokalnego
Grono Targi Kielce – klaster targowo-kongresowo-usługowy powstały w 2008 r.	
Cele	wykorzystanie potencjału turystów biznesowych dla ciągłego rozwoju branży targowo-kongresowej; osiągnięcie efektu „wow” do zwielokrotnienia biznesu; zdobywanie decydentów do pomysłu lokalizacji wydarzeń firmowych w regionie
Zadania	wsparcie informatyzacji firm branży turystycznej; współpraca i wzrost konkurencyjności podmiotów usług okołotargowych; wzmacnianie powiązań z lokalnymi firmami; reprezentowanie interesów gospodarczych zrzeszonych firm; upowszechnianie wiedzy i informacji w zakresie prowadzenia i rozwoju działalności gospodarczej poprzez m.in. konferencje, szkolenia, targi, seminaria, doradztwo prawne, ekonomiczne, wydawnictwa itp.; współpraca z ośrodkami oświatowo-naukowymi i z firmami w kraju oraz za granicą
Członkowie	klaster liczy 89 firm, świadczących usługi doradcze, wystawiennicze, szkoleniowe, promocyjne, hotelarskie, gastronomiczne, transportowe, poligraficzne, oraz instytucji, stowarzyszeń i organizacji powiązanych biznesowo z sektorem usług hotelarskich wystawienniczych, poligraficznych, gastronomicznych, transportowych i szkoleniowych
Rola w regionie	duże znaczenie ośrodka wystawienniczo-kongresowego, o znacznych możliwościach infrastruktury kongresowej w regionie, np. działalność Kielce Convention Bureau, które promuje usługi członków klastra oraz uwzględnia konferencyjną ofertę całego regionu
Zdrowie i Turystyka Uzdrowiska Perły Polski Wschodniej – powstał w czerwcu 2009 r.	
Cele	wykorzystanie innowacji i współdziałanie w procesach gospodarczych; sieć współpracy z firmami, ośrodkami naukowo-badawczymi, instytucjami otoczenia biznesu i władzami samorządowymi do transferu i dyfuzji wiedzy oraz innowacji pomiędzy podmiotami
Zadania	świadczenie usług lecznictwa i turystyki uzdrowiskowej w powiązaniu z ekoturystyką, turystyką aktywną i kulturową
Członkowie	przedsiębiorcy i samorządy gminne z 5 gmin uzdrowiskowych woj. podkarpackiego i świętokrzyskiego, ośrodki naukowe w Kielcach, Rzeszowie i Zamościu, dwie jednostki wspierające przedsięwzięcia biznesowe – Stowarzyszenie Promocji Przedsiębiorczości w Rzeszowie i Centrum Wspierania Biznesu Sp. z o.o. w Rzeszowie
Rola w regionie	rozwój turystyki uzdrowiskowej, leczniczej i zdrowotnej (kompleks działań wiążących się z leczeniem, rehabilitacją, regeneracją sił, poprawą kondycji fizycznej) z usługami w zakresie turystyki specjalistycznej i kulturowej jako zintegrowany produkt turystyczny
Uzdrowiska Świętokrzyskie – powstał w końcu 2013 r.	
Cele	budowa współpracy przedsiębiorców, ośrodków naukowych, instytucji otoczenia biznesu, samorządów, instytucji kultury, fundacji i podmiotów gospodarczych w ramach turystyki prozdrowotnej na terenie woj. świętokrzyskiego
Zadania	transfer wiedzy i innowacyjnych rozwiązań technologii w turystyce prozdrowotnej z krajów UE; wspieranie rozwoju turystyki prozdrowotnej opartej na lokalnych zasobach surowców, promocji działań w rozwoju turystyki prozdrowotnej w kontekście ochrony i rozwoju dziedzictwa kulturowego; promocji rozwiązań innowacyjnych w agroturystyce, ekologii z zakresu ochrony środowiska; rozwoju edukacji i upowszechnianiu kultury w zakresie turystyki prozdrowotnej, komercjalizacji sprzedaży usług turystycznych.
Członkowie	obecnie liczy 31 członków i zrzesza 19 podmiotów, przedsiębiorców i samorządy gminne
Rola w regionie	rozwój turystyki uzdrowiskowej, leczniczej i zdrowotnej, specjalistycznej i kulturowej; wzrost miejsc pracy i zamożności społeczności; poprawa oraz rozwój infrastruktury turystycznej, wzrost ruchu turystycznego na terenie uzdrowiska i w regionie
Chęciński Klaster Turystyczny – powstał w 2015 r.	
Cele	współpraca partnerów w celu stworzenia dużego produktu turystycznego; przygotowanie wspólnej oferty turystycznej z biletem uprawniającym do wstępu do wszystkich atrakcji; promowanie się oraz zbudowanie systemu komunikacji
Zadania	podjęmowanie działań promocyjnych oraz marketingowych; tworzenie m.in. logo, folderów promocyjnych oraz tablic informacyjnych przy drodze S7
Członkowie	Gmina i Miasto Chęciny, Zamek Królewski, Centrum Kultury i Sportu, Uniwersytet Warszawski, Europejskie Centrum Edukacji Geologicznej, Regionalna Organizacja Turystyczna, Park Etnograficzny w Tokarni, Muzeum Wsi Kieleckiej, Regionalne Centrum Naukowo-Technologiczne, Przedsiębiorstwo Turystyczne Łysogóry, Jaskinia Raj
Rola w regionie	dynamiczny rozwój turystyki; wzrost rozwoju gospodarczego gminy i regionu; najlepszy produkt turystyczny w 2015 r.; wzrost liczby turystów, skuteczniejsze realizowanie innych inicjatyw proturystycznych

Źródło: opracowanie własne.

Od 2016 r. powstaje nowy klaster turystyczny Wschodni Szlak Rowerowy Green Velo, tworzony przez pięć województw Polski Wschodniej. Z budową szlaku wiąże się realizacja wielu projektów, w których już zaangażowanych jest 211 partnerów. Całość trasy rowerowej wyniesie ponad 2 tys. km i przebiegać będzie przez województwa: lubelskie (414 km), podkarpackie (459 km), podlaskie (603 km), świętokrzyskie (211 km) i warmińsko-mazurskie (394 km). Szlak prowadzić ma m.in. przez miejsca cenne przyrodniczo i bogate w zabytki oraz ważne węzły komunikacyjne i przesiadkowe. Zadaniem klastra będzie przede wszystkim organizowanie wizyt studyjnych i pokazywanie najbardziej atrakcyjnych dla danej grupy odbiorców odcinków szlaku. Kolejnym zadaniem będzie współpraca w zakresie finansowania, promocji i zarządzania marką skomercjalizowanej później oferty szlaku. Warunkiem sukcesu, zwłaszcza w przypadku produktów liniowych i sieciowych obejmujących swym zasięgiem więcej niż jeden region, będzie systematyczne wdrażanie spójnych i konsekwentnych działań marketingowych oraz sprawne zarządzania całym szlakiem, co ułatwi działanie w ramach ustrukturyzowanego podmiotu. Członkami są przede wszystkim samorządy województw z regionalnymi organizacjami turystycznymi oraz firmy realizujące projekty budowy szlaku. Wschodni Szlak Rowerowy będzie ważnym impulsem dla dalszego rozwoju gospodarczego makroregionu, wykorzystującym unikatowy potencjał przyrodniczy.

Biorąc pod uwagę obecne tendencje demograficzne, w najbliższych latach wzrastać będzie liczba osób zainteresowanych szeroką ofertą turystyczną w regionie. Szansę na jeszcze dynamiczny rozwój sektora branży turystyki można upatrywać w różnorodności produktów turystycznych, np. w turystyce uzdrowiskowej, gdzie m.in. ostatnie odwierty na południowym skraju powiatu kazimierskiego odsłoniły naturalne bogate złoża wód termalno-siarczkowych, które z czasem mogą zostać wykorzystane w wodolecznictwie.

Inwestorzy w sektorze turystycznym mogą liczyć na najwyższy z możliwych poziomów wsparcia w ramach funduszy unijnych. Projekty będą wspierane finansowo nawet do wysokości 50% kosztów kwalifikowanych w ramach Regionalnych Programów Operacyjnych. Dofinansowanie można wykorzystać na budowę i modernizację infrastruktury, budowę nowych produktów turystycznych, parków rozrywki itd. W obszarze turystyki należy położyć nacisk na projekty miękkie, których celem będzie stworzenie na bazie istniejącej infrastruktury wspólnej oferty kilku partnerów wraz ze szczegółowym programem usług oraz środkami na promocję ofert, zmierzających do pozyskiwania klientów spoza regionu. Wielość i różnorodność projektów wpłyną pozytywnie na jakość życia gospodarczego i społecznego na terenie regionu oraz Polski Wschodniej.

Region ma znaczny potencjał turystyczny, ale nie jest on w wystarczającym stopniu wykorzystany w zakresie możliwości przyjęcia turystów. Obecność uzdrowisk i wysokiej klasy wód mineralnych w województwie jest atutem, który trzeba umiejętnie wykorzystać w rozwoju turystyki zdrowotnej i prozdrowotnej dzięki lokalnym zasobom surowców. Turystyka zdrowotna wpisuje się w krajową strategię rozwoju turystyki w *Kierunkach rozwoju turystyki do 2015 r.* (w tym *Produkt turystyczny o wysokiej konkurencyjności*). Turystyka spa, wellness i uzdrowiskowa są obecne w *Marketingowej strategii Polski w sektorze turystyki na lata 2012–2020* w grupie najważniejszych produktów rynkowych (rekomendowanych). Turystyka medyczna jest bowiem jednym z 15 sektorów mających potencjał eksportowy, który otrzymuje dotacje na wsparcie promocji zagranicznej.

Podsumowanie

Usługowy charakter rynku turystycznego oraz geograficzna koncentracja działających na nim podmiotów wpisują się w koncepcję funkcjonowania klastrów (Soliński, 2012, s. 34). W pracy wykazano, że klastry odgrywają istotną rolę w rozwoju branży turystycznej poprzez wspieranie tworzenia produktów turystycznych, podnoszenia konkurencyjności przedsiębiorstw, w tym zwłaszcza MŚP, budowania silnej marki, poszerzania rynków zbytu, rozwoju pojedynczego podmiotu lub całego regionu (Hołub-Iwan, Małachowska, 2008). Ponadto znacząco wpływają zarówno na podnoszenie jakości usług turystycznych, jak i standardów obsługi, wzmacniając atrakcyjność turystyczną regionu. Korzyści te przekładają się zarówno na wzrost liczby przybywających turystów, promocję, marketing i zdobywanie środków finansowych na rozwój turystyki, jak i na skuteczniejszą realizację inicjatyw proturystycznych.

Tworzenie lokalnych klastrów, które w zasadzie skupiają niewielkie podmioty turystyczne, umożliwiłoby małym i średnim firmom w nieodległej przyszłości otwieranie się na nowych nabywców, oferując im zróżnicowany wachlarz produktów turystycznych, które w pełni zaspokajają będąc rosnące wymagania turystów oraz mieszkańców. Do funkcjonowania struktury klastrowej niezbędna jest efektywna kooperacja samorządów i podmiotów turystycznych zmierzających do wzrostu wzajemnego zaufania, współpracy członków z władzami i społecznością lokalną. Sektor turystyczny jest predysponowany do kooperacji i tworzenia klastrów ze względu na heterogeniczny charakter i konieczność tworzenia kompleksowej oferty, stąd aktywne klastry mogą stać się znaczącym źródłem specjalizacji i wzrostu gospodarczego nie tylko na terenie lokalnym, lecz także ponadlokalnym.

Literatura

- Borowiecki, R., Siuta-Tokarska, B. (2008). *Problemy funkcjonowania i rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce*. Warszawa: Difin.
- Burczyńska, G., Frączek, D., Kryjom, P. (red.) (2016). *Raport z inwentaryzacji klastrów w Polsce 2015*. Warszawa: Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości. Pobrane z: http://pi.gov.pl/PARPFfiles/media/_multimedia/Raport_z_inwentaryzacji_klastrow_w_Polsce_2015.pdf (12.10.2016).
- Dębski, M. (2014). Klaster jako czynnik rozwoju konkurencyjności destynacji turystycznej. *Przedsiębiorczość i Zarządzanie*, 4 (3), 51–66.
- Gorynia, M., Jankowska, B. (2008). *Klastry a międzynarodowa konkurencyjność i internacjonalizacja przedsiębiorstwa*. Warszawa: Difin.
- Grycuk, A. (2003). Koncepcja grom w teorii i praktyce zarządzania. *Organizacja i Kierowanie*, 3 (311), 3–16.
- Hołub-Iwan, J., Małachowska, M. (2008). *Rozwój klastrów w Polsce. Raport z badań*. Szczecin: Szczecińska Fundacja Talent–Promocja–Postęp.
- Majewska, I., Wilczyński, B., Wilczyński, Ł. (2014). *Strategia rozwoju turystyki w województwie świętokrzyskim na lata 2015–2020*. Kielce: Ministerstwo Sportu i Turystyki. Pobrane z: <http://www.tagowisko.com.pl/uploads/ac497b2164d-3d4689e71cf3dd303f863.doc> (12.10.2016).
- Ministerstwo Gospodarki, *Koncepcja klastra*. Pobrane z: <http://www.mg.gov.pl/> (11.10.2016).
- Olesiński, Z., Leśniewski, M.A. (2009). Rola i znaczenie klastrów w rozwoju regionu świętokrzyskiego. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 46, 147–157.
- Pastuszka, S. (2015). Wpływ klastra „Grono Targowe Kielce” na rozwój województwa świętokrzyskiego. *Optimum. Studia Ekonomiczne*, 2 (74), 182–193.

Porter, M.E. (2001). *Porter o konkurencji*. Warszawa: PWE.

Soliński, T. (2012). Znaczenie klastrów w transferze innowacji i rozwoju turystyki. W: J. Krupa, T. Soliński (red.), *Ochrona środowiska w aspekcie zrównoważonego rozwoju społeczno-gospodarczego Pogórza Dynowskiego*. Dynów: Związek Gmin Turystycznych Pogórza Dynowskiego.

THE ROLE AND IMPORTANCE OF CLUSTERS IN DEVELOPMENT OF TOURISM IN OF THE ŚWIĘTOKRZYSKI VOIVODSHIP

KEYWORDS | clustering, tourism, competitiveness, regional development

ABSTRACT | In the article in nature of clusters was presented, their meaning for the development of tourism in of region. Clusters of the tourism sector are carrying action out on different plains, which for the single entrepreneur, are unfeasible. Thanks to the cooperation, more easily they are overcoming problems what is being transferred into a lot of material effects and increased tourist movements. They can also play the major part in the activation of the local community and converting the town into tourist areas and increasing their competitiveness on the tourist market.

JEL CODES | R41, R40, L91

Translated by Janina Wrońska-Kiczor