

Elżbieta Nawrocka

**PERSPEKTYWY ROZWOJU
GOSPODARKI TURYSTYCZNEJ OPARTEJ
NA WIEDZY W POLSCE**

1. Wstęp

Coraz częściej w literaturze przedmiotu określa się, iż współczesne społeczeństwo weszło w nową epokę, która jest okresem informacji (budowania społeczeństwa informacyjnego), zróżnicowanych struktur i rozczłonkowanej kultury. Wartościami są m.in. wolność słowa, wyrażanie samego siebie, doświadczenie, tolerancja i harmonia. Konsumowanie nie jest traktowane jedynie jako nabywanie, posiadanie czy użytkowanie, ale staje się sposobem na określenie przez jednostkę własnego „ja” (por. [18, s. 1593]. Od końca XX w.¹ można mówić o fenomenie gospodarki cywilizacji informacyjnej (często pojawiają się także terminy: „gospodarka oparta na wiedzy” – dalej GOW, „nowa gospodarka”, „nowa ekonomia”, „cybergospodarka”, „gospodarka ery cyfrowej”²), która charakteryzuje się powszechnym stosowaniem technologii informatycznych i telekomunikacyjnych, globalnością, przesunięciem ciężaru gatunkowego w stronę sektora usług, pojawieniem się nowych sposobów organizowania produkcji i usług, nowych metod

¹ Nie ma jedności wśród badaczy tego problemu w dziedzinie czasu zaistnienia ery gospodarki wiedzy, ponieważ natężenie tego procesu jest zróżnicowane w poszczególnych gospodarkach narodowych.

² Najczęściej pojęcia te używane są jako synonimy, choć głębsza ich analiza wskaże określone różnice. Więcej na ten temat czytelnik znajdzie w: [10, s. 19].

zarządzania i marketingu, opiera się na przedsiębiorczości i wiedzy, innowacji, konkurencyjności, a także na wirtualności, sieciowości i niematerialności³.

W literaturze przedmiotu określenie „nowa gospodarka” („nowa ekonomia”) budzi wiele kontrowersji. Istnieje spór, czy można już mówić o nowej ekonomii, czy raczej o gospodarce, która rozwija się w nowych warunkach powodujących modyfikacje w procesie gospodarowania. Dyskusji nad nową gospodarką (szczególnie w światowej prasie) dał asumpt wyjątkowo szybki rozwój gospodarki amerykańskiej, zwłaszcza od końca 1995 r., będący wypadkową nowych czynników wzrostu. Atrybutami nowej gospodarki nazwano szybki i pozbawiony cykliczności wzrost gospodarczy, rosnącą wydajność pracy, niski poziom bezrobocia oraz niską inflację, a nowymi źródłami wzrostu gospodarczego określono rozwój technologii, globalizację i rosnącą konkurencyjność⁴. Na początku wieku XXI nastąpiło spowolnienie światowej gospodarki, co zaprzeczało założeniom teoretycznym nowej ekonomii, jednak rozwój technologii, globalizacja i wzrastające znaczenie wiedzy i informacji nie zostały zatrzymane (por. [13, s. 5]. W tej sytuacji można powiedzieć, iż nowa gospodarka jest częścią całej gospodarki [13, s. 17].

Celem artykułu jest rozpatrzenie czynników wpływających na rozwój gospodarki turystycznej opartej na wiedzy (dalej: GTOW) w Polsce. W niniejszym artykule przyjęto, iż w grupie uwarunkowań rozwoju GTOW wyróżniamy przede wszystkim formalnoprawne, ekonomiczne, technologiczne i społeczne, które występują na poziomie Unii Europejskiej i Polski.

Zastosowane metody badawcze to studia literatury, kwerenda aktów prawnych, diagnoza dokumentów o charakterze strategicznym – strategii i programów opracowanych na poziomie Unii Europejskiej i krajowym, a także obserwacje własne autorki.

2. Istota gospodarki opartej na wiedzy

Obecnie warunkiem rozwoju społeczno-gospodarczego i poprawy konkurencyjności staje się przebudowa gospodarki w oparciu na wiedzy [8, s. 7], u podstaw budowy GOW leży bowiem założenie o bezpośredniej zależności pomiędzy wiedzą, produktywnością i wzrostem gospodarczym. W tym kontekście wiedza jest dziś traktowana nie tylko jako jeden z czynników produkcji, ale raczej jako główny zasób ekonomiczny decydujący o przewadze przedsiębiorstw, organizacji *non profit*, regionów, całych państw i społeczeństw [8, s. 7]. Wiedza staje się podstawowym czynnikiem produkcji w sensie jej decydowania o sposobie racjonalnego

³ Na podstawie m.in.: [4, s. 38-39; 3, s. 132; 9, s. 16].

⁴ Na podstawie: [4, s. 40; 13, s. 5].

wykorzystania pozostałych czynników wytwórczych, dlatego należy koncentrować uwagę na procesach z udziałem wiedzy, a w szczególności jej identyfikacji, pozyskiwania, tworzenia, ochrony, wykorzystania, przechowywania, odtwarzania, rozpowszechniania, syntezy i monitorowania.

Dla dynamizowania procesów z udziałem wiedzy istotne stają się relacje wewnątrz organizacji/regionu i kraju, jak również organizacji, regionu i kraju z otoczeniem.

W literaturze przedmiotu odnajdujemy wiele definicji wiedzy. Przykładowo wiedza według T.H. Davenporta to informacje wzbogacone o doświadczenie, kontekst, interpretację i refleksję [17, s. 7], czyli możemy powiedzieć, iż wiedza powstaje i rozwija się (podnosząc swoją jakość) w procesie personalizacji informacji w wyniku badań, odkryć, przeżyć, doświadczeń, edukacji i intuicji człowieka. Wiedza może być tworzona różnymi metodami i wykorzystana przez wiele osób w wielu miejscach naraz (symultaniczność wiedzy); jest różnie interpretowana przez określonych ludzi; ma postać dynamiczną i jej wartość wzrasta wraz z szerszym wykorzystywaniem; szybko się dezaktualizuje, potrafi się materializować, czyli uzewnętrznia się np. w usługach; przynależy do społeczeństwa i krąży w nim różnymi kanałami, jednak najbardziej wartościowej wiedzy nie da się przenieść i zastosować w innej organizacji, grupie społecznej, lokalnej społeczności. Mamy do czynienia z jej różnymi rodzajami, które unaoczniają wieloaspektowość, złożoność i wielowątkowość gospodarowania wiedzą⁵. W tym procesie ważne jest, że w przypadku wiedzy nie znajduje potwierdzenia prawo zmniejszającego się dochodu z inwestycji mówiące, że z biegiem czasu zmniejsza się zwrot kapitału zainwestowanego w materialne czynniki produkcji. W sytuacji gospodarowania wiedzą zwrot kapitału wykazuje tendencję dokładnie odwrotną, a dodatkowo początkowo przekracza on zwrot w tradycyjne środki materialne i wzrasta w miarę jego użytkowania. Wiedza jest trudna do zlokalizowania, uchwycenia, skodyfikowania i efektywnego wykorzystywania [11, s. 26].

Gospodarka oparta na wiedzy to gospodarka rozwijana na podstawie specyficznych filarów stanowiących jej podstawowe ogniwa. W literaturze przedmiotu i różnych dokumentach dostrzega się zróżnicowanie koncepcji filarów gospodarki opartej na wiedzy. D. Strahl i M. Markowska podają w tym zakresie infrastrukturę technologiczną, kapitał ludzki, kapitał społeczny i zarządzanie wiedzą na poziomie organizacji [19, s. 197 (za [6]). Według raportu Banku Światowego GOW powinno się rozwijać przez: wsparcie innowacyjności i B+R, poprawianie jakości otoczenia biznesowego i klimatu inwestycyjnego, doskonalenie systemu kształcenia i tworzenie społeczeństwa informacyjnego (główna rola przypisywana jest

⁵ Na podstawie: [10, s. 109-111; 17, s. 13-15].

rozwojowi technologii informatycznych i telekomunikacyjnych – ICT) [14]. Nieco inną koncepcję przedstawiają W. Grudzewski i I. Hejduk, którzy do filarów zaliczają system innowacyjny, system edukacyjny, system informacyjno-komunikacyjny, zarządzanie wiedzą na poziomie organizacji, otoczenie instytucjonalno-biznesowe i aspekt regionalny [7, s. 13].

Gospodarka turystyczna oparta na wiedzy budowana jest na podstawie wspomnianych filarów, co oznacza, że najważniejszą sprawą w gospodarowaniu staje się tworzenie i wykorzystywanie nowych pomysłów wprowadzających nowe procesy z nowymi efektami (dającymi nową wartość dodaną w wytwarzanych dobrach i usługach turystycznych) z wykorzystaniem zasad rozwoju zrównoważonego⁶.

3. Identyfikacja uwarunkowań rozwoju gospodarki turystycznej opartej na wiedzy w Polsce

Rozwój gospodarki turystycznej opartej na wiedzy jest uzależniony przede wszystkim od prorozwojowych zmian w otoczeniu formalnoprawnym i instytucjonalnym, a także ekonomicznym i technologicznym dotyczących całej gospodarki polskiej.

Formalne podstawy budowy gospodarki turystycznej opartej na wiedzy (GTOW) zapisane są w strategii lizbońskiej i Narodowym planie rozwoju (NPR), a także w innych planach i programach mających na celu wdrożenie w życie zapisów tych ogólnych dokumentów⁷.

W Lizbonie na posiedzeniu Rady Unii Europejskiej w roku 2000 została przyjęta strategia lizbońska, której głównym celem jest stworzenie w Europie do roku 2010 najbardziej konkurencyjnej gospodarki na świecie przez zwiększenie innowacyjności (gospodarka oparta na wiedzy), liberalizację (rynków telekomunikacyjnych, energii, transportu oraz rynków finansowych), zwiększenie przedsiębiorczości (ułatwienia w zakładaniu i prowadzeniu działalności gospodarczej) oraz podnoszenie spójności społecznej (kształtowanie nowego modelu państwa socjalnego)⁸. Strategia lizbońska zakłada do 2010 roku zwiększenie wydatków na B+R, budowę europejskiej przestrzeni badawczej, działania wspierające regionalne stra-

⁶ W różnorodnych dokumentach rozwój GOW jest ujmowany w kontekście rozwoju zrównoważonego respektującego wszystkie jego zasady.

⁷ Wśród nich można wymienić m.in.: Plan informatyzacji państwa na lata 2007-2010, Krajowy program reform na lata 2005-2008, Strategię rozwoju kraju na lata 2007-2015, Narodowe strategiczne ramy odniesienia na lata 2007-2013.

⁸ Na podstawie: [20, s. 7].

tegie innowacji, tworzenie europejskich platform technologicznych, poprawę wsparcia publicznego działań innowacyjnych, zarządzanie wiedzą dla innowacji, popieranie inwestycji w innowacje, wsparcie kluczowych dla UE sektorów technologicznych⁹ i rozwój miejsc pracy (6 mln w ciągu 5 lat)¹⁰. Realizacja tych założeń wymaga współpracy Komisji Europejskiej, państw członkowskich i regionów; w poszczególnych krajach i regionach ważne są rewaloryzacja i rozwój zasobów, tworzenie sieci doskonałości oraz aktywizująca rola podmiotów administracji rządowej i samorządowej, a także przeprowadzenie e-transformacji. Na szczególne podkreślenie zasługuje fakt, że ogólny wzrost gospodarczy zależy od tempa wprowadzania prorozwojowej i proinnowacyjnej polityki rządowej i samorządowej, a także jej strategicznej skuteczności i efektywności.

Drugim dokumentem stanowiącym podstawę rozwoju GTOW jest NPR na lata 2007-2013. Turystyka nie została w nim wydzielona sektorowo, ale występują zapisy jej dotyczące. W omawianym dokumencie mowa jest o wspomaganiu systemów rozwijających turystykę przede wszystkim przez uruchamianie rozwiązań pro jakościowych, działań podnoszących poziom bezpieczeństwa oraz wdrażających technologie teleinformatyczne, innowacje produktowe i procesowe w turystyce, a także rozwój regionalnych produktów turystycznych (głównie w wyniku działań promocyjnych i zorganizowania spójnego systemu informacji turystycznej) [24].

Jednym z najważniejszych dokumentów określających istotne dziedziny polityki turystycznej rządu jest Strategia rozwoju turystyki na lata 2007-2013. Dokument ten wyszczególnia pięć obszarów priorytetowych, a mianowicie [21, s. 37-62]:

a) rozwój produktów turystycznych – rozwój konkurencyjnej oferty turystycznej przez kreowanie i wdrażanie produktów turystycznych, rozwój infrastruktury turystycznej i podnoszenie poziomu jakości produktów turystycznych;

b) rozwój zasobów ludzkich – przygotowanie wysoko wykwalifikowanych kadr dla turystyki przez kształtowanie kadr obsługi ruchu turystycznego i kształtowanie turystyki społecznej;

c) wsparcie marketingowe – stworzenie spójnego i skutecznego systemu marketingu w turystyce przez usprawnienie systemu informacji turystycznej i zwiększenie efektywności działań marketingowych w turystyce;

⁹ Są to: nanoelektronika, nowa generacja laserów, stosowanie wodoru jako źródła energii i elektryczności.

¹⁰ Na początku roku 2005 UE opracowała odnowioną strategię lizbońską, w której cele sformułowano już mniej ambitnie w porównaniu z poprzednią wersją dokumentu.

d) kształtowanie przestrzeni turystycznej – tworzenie kompleksowych rozwiązań sprzyjających kształtowaniu przestrzeni turystycznej przez kształtowanie środowiska w kontekście rozwoju przestrzeni turystycznej (w tym innowacje w dziedzinie infrastruktury na rzecz zrównoważonego rozwoju turystyki) i zwiększenie dostępności turystycznej regionów przez rozwój transportu;

e) wsparcie instytucjonalne – wspomaganie systemów rozwijających turystykę przez wsparcie instytucji i organizacji działających w sferze turystyki, tworzenie sprzyjających warunków do zatrudnienia w przedsiębiorstwach turystycznych, wsparcie przedsiębiorstw turystycznych, wspieranie innowacyjności w turystyce i rozwój badań w obszarze turystyki.

Z punktu widzenia filarów gospodarki opartej na wiedzy zapisy tej strategii wymagają uszczegółowienia, ponieważ w tej postaci nie gwarantują realizacji założeń nowoczesnej gospodarki turystycznej.

Budowanie GTOW jest uzależnione od podstaw ekonomicznych. Obecnie wysokość środków na działania z grupy B+R jest niewystarczająca, tendencje w tym zakresie są również niekorzystne (tab. 1). W Polsce budzi również zastrzeżenia struktura wydatków na B+R – znacznie odbiegająca od układu w UE i zaleceń strategii lizbońskiej (tab. 2).

Tabela 1. Finansowanie działalności B+R w Polsce

Wyszczególnienie	Lata	
	2000	2005
Nakłady na B+R w relacji do PKB (w %)	0,65	0,57
Nakłady na B+R na 1 mieszkańca Polski (w zł)	125,0	146,0
Zatrudnieni w działalności badawczej i rozwojowej na 1000 osób aktywnych zawodowo	4,6	4,4

Źródło: opracowanie własne na podstawie: [26].

Tabela 2. Struktura nakładów na B+R w Polsce, UE i według założeń strategii lizbońskiej

Wyszczególnienie	Struktura nakładów na B+R w 2003 r. (w %)			
	budżet państwa	budżet przedsiębiorstw	źródła zagraniczne	w stosunku do PKB**
Polska	62,7	23,5	13,8*	0,58
Unia Europejska	35,0	53,7	8,9	1,81
Według założeń strategii lizbońskiej do 2010 r.	33,0	67,0	-	3,0

*dla Polski – inne źródła, ** dane dla 2004 r.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: [26].

Udział wydatków na B+R w PKB w Polsce jest jednym z niższych w Europie (najlepsze pod tym względem są Szwecja – 4,5% i Finlandia – ok. 3,5%), gorszy notuje się m.in. w Rumunii i na Słowacji.

Godne odnotowania są działania państwa podjęte w ostatnich latach w celu poprawy tej niekorzystnej sytuacji. Wśród nich na uwagę zasługują:

- kredyt technologiczny – przeznaczony na sfinansowanie inwestycji polegającej na wdrożeniu nowej technologii oraz uruchomieniu produkcji nowych wyrobów lub modernizacji wyrobów produkowanych na podstawie tej technologii; przedsiębiorcy mogą uzyskać umorzenie połowy wartości kredytu, a umorzenie spłaty rat kapitałowych wynosi 20% udokumentowanej wartości sprzedaży towarów lub usług;
- status centrum badawczo-rozwojowego – celem nadania przedsiębiorcom takiego statusu jest rozwój prywatnego sektora badawczo-rozwojowego; przedsiębiorca może tworzyć Fundusz Innowacyjności; kwota przekazana na ten fundusz pomniejsza podstawę opodatkowania, a środki z niego mogą być przeznaczone na pokrycie kosztów badań i prac rozwojowych;
- ulgi podatkowe na nowe technologie – od stycznia 2006 r. jest możliwość (pod pewnymi warunkami) odliczania od podstawy opodatkowania wydatków na zakup lub korzystanie z nowoczesnej technologii w postaci wartości niematerialnych i prawnych;
- budowany od 2002 r. system funduszy pożyczkowych i poręczeniowych dla MSP; organizatorem systemu jest Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości.

Jednocześnie podejmowane są działania ukierunkowane na zreformowanie publicznego wsparcia systemu B+R. Kluczowe znaczenie w tym zakresie będą miały: powołanie Narodowego Centrum Badań i Rozwoju (ma powstać do końca 2007 r.), restrukturyzacja jednostek badawczo-rozwojowych, intensyfikacja działań wspierających współpracę między nauką i gospodarką (np. *foresight*¹¹, platformy technologiczne, centra zaawansowanych technologii). Postęp w dziedzinie współpracy jest bardzo potrzebny, tym bardziej iż sytuacja w tym zakresie jest zła. Jak wynika bowiem z badań agencji ARC Rynek i Opinia przeprowadzonych w roku 2006, 56% przedsiębiorców nie widzi potrzeby współpracy z naukowcami, zdaniem 33% naukowców przedsiębiorcy przejawiają zbyt mało inicjatywy w poszukiwaniu pól współpracy, co spowodowane jest niskim poziomem świadomości korzyści z kooperacji i brakiem zachęt ze strony państwa [1].

¹¹ Uruchomiono Narodowy plan *foresight* w dziedzinach: „Zrównoważony rozwój”, „Technologie informacyjne i telekomunikacyjne”, a także „Bezpieczeństwo”.

Ważną rolę w procesie rozwoju gospodarki turystycznej opartej na wiedzy przypisuje się internetowi, który umożliwił edukacji i nauce, handlowi i administracji, finansom i bankowości, a także rozrywce i turystyce rozprzestrzenianie się w nowej, wirtualnej rzeczywistości, co spowodowało zmianę warunków i sposobów prowadzonej działalności. Istotnym problemem Polski jest mały dostęp do szerokopasmowego internetu (tab. 3), który umożliwia intensywniejsze korzystanie z globalnej sieci i różnorodnych usług świadczonych za pomocą sieci, w tym np. handlu elektronicznego w turystyce, także wymianę doświadczeń, ściślejszą współpracę w przekazywaniu i koordynowaniu informacji i wiedzy pomiędzy podmiotami działającymi w sektorze turystycznym, jak również zwiększenie możliwości tworzenia wartości dodanej na każdym etapie kreowania regionalnego produktu turystycznego.

Tabela 3. Odsetek gospodarstw domowych i przedsiębiorstw wykorzystujących ICT w roku 2006

Wyszczególnienie	Gospodarstwa domowe	Przedsiębiorstwa
Wyposażenie w komputery	45	93
Dostęp do internetu,	36	89
w tym do szerokopasmowego	22	46

Źródło: [25].

W ostatnich dwóch latach zwiększył się odsetek gospodarstw domowych korzystających regularnie z komputera i internetu (odpowiednio z 35% w 2004 r. do 45% w 2006 r. i z 22% w 2004 r. do 36% w 2006 r.). Największy odsetek użytkowników komputera i internetu obserwuje się wśród uczniów i studentów (odpowiednio 99 i 97%). W wykorzystaniu nowoczesnych technologii informacyjnych w Polsce występuje również znaczne zróżnicowanie dochodowe, geograficzne i w poziomie wykształcenia. Większość osób o najwyższych dochodach, z wykształceniem wyższym, w zamieszkujących aglomeracje miejskie ma dostęp do tych technologii. Dużo mniej osób korzysta z nich natomiast wśród mieszkańców wsi i z najuboższych rodzin. Powszechność zastosowania ICT wymaga jej dostępności dla przeciętnego użytkownika, która w najbliższych latach powinna nadal wzrastać¹². Obecnie internet jest wykorzystywany jako źródło informacji i narzędzie komunikacji, ale coraz częściej wyręcza ludzi w czasochłonnych zakupach. W roku 2006 ponad 12% Polaków dokonało zakupów przez internet – w ciągu

¹² Dużą rolę w tym procesie przypisuje się instrumentom ekonomicznym – wprowadzeniu ulgi podatkowej i obniżaniu cen szerokopasmowego internetu, które w 2007 r. (w stosunku do poprzedniego okresu) spadły o ok. 70%.

dwóch ostatnich lat nastąpił wzrost o 7 pkt proc. [23], z tego połowa przypada na usługi turystyczne, przy średniej wartości 1 zamówienia *on-line* wszystkich dóbr i usług wynoszącej 750 zł – wobec średnio 4100 zł za 1 rezerwację imprezy turystycznej dokonaną przez internet [27].

Obok zakresu wykorzystania komputerów i internetu przez społeczeństwo polskie rozwój GTOW jest uwarunkowany stopniem i zakresem wykorzystania ICT przez branżę turystyczną. Nowoczesne technologie w dużym stopniu wykorzystują zarówno biura podróży, jak i sektor hotelarski. Polski rynek turystyczny w internecie jest stosunkowo młody – pierwsze internetowe biura podróży pojawiły się pod koniec lat 90. XX w. Co roku powstaje kilkadziesiąt portali, ale obecnie ok. 10 z nich posiada widoczny udział w rynku. Największy sukces w ostatnich latach zanotował Travelplanet.pl, który znajduje się w pierwszej piątce najszybciej rosnących spółek technologicznych (*e-commerce*) w Europie Środkowej i Wschodniej w rankingu „Technology Fast 50” firmy Deloitte [27].

Na podstawie badań T. Buczak [2] można stwierdzić, iż sektor hotelarski w Polsce w stosunku do wszystkich sektorów ma nieco niższy dostęp do internetu, wynoszący 85% (i dużo niższy, biorąc pod uwagę średnią dla tego sektora w UE kształtującą się na poziomie ok. 96%), ale już mniej obiektów noclegowych – prawie 75% – ma swoją stronę internetową mającą głównie funkcję reklamową. Za pośrednictwem własnej strony internetowej zamówienia usług otrzymało tylko 20% z nich (ale jest to najwyższy wskaźnik spośród wszystkich sektorów). Głównym powodem tak niskiego poziomu wskaźnika jest brak systemów obsługi zamówień zintegrowanych z internetem. Na niskim poziomie pozostaje w sektorze hotelarskim (w stosunku do wszystkich sektorów razem) wdrożenie intranetu (23%) i extranetu (2,8%), choć należy zauważyć stały postęp w tej dziedzinie.

Rozwój społeczeństwa informacyjnego i GTOW w Polsce uwarunkowany będzie przede wszystkim:

1. Rozszerzeniem wykorzystywania polskiej platformy e-integracji powołanej 20 listopada 2006 r. Jest ona zgodna z europejskim modelem współpracy sektora publicznego, prywatnego i badawczo-rozwojowego. Głównym celem rozwoju platformy jest realizacja innowacyjnych projektów, zwalczanie cyfrowego wykluczenia w Polsce i podejmowanie badań nad rozwojem społeczeństwa informacyjnego [2].

2. Wdrożeniem narodowego systemu innowacji opartego na regionalnych strategiach innowacji. Jest on filarem wspomagania wzrostu innowacyjności i konkurencyjności gospodarki, w tym turystycznej, obok systematycznie rozwijanych inkubatorów przedsiębiorczości, centrów innowacji, sieci naukowych czy parków technologicznych.

3. Budową platformy usług administracji publicznej (ePUAP).

Większe możliwości wykorzystania istniejącej wiedzy, jej szerokiego udostępniania i procesów tworzenia nowej wiedzy dają stosowanie różnych metod nauczania, np. nauczania, hybrydowego, *e-learning*, wprowadzanie nowych specjalności, upowszechnianie i egzekwowanie standardów edukacji na poziomie szkolnictwa średniego i wyższego, jak również zmiany w programach kształcenia na kierunkach turystycznych. Wspomnieć także należy o potrzebie zbudowania nowoczesnego i efektywnego systemu kształcenia kadr dla turystyki łączącego naukę i praktykę (metoda: uczenie przez działanie). Inną kwestią jest zbudowanie systemu badań naukowych, które pozwolą na szybsze i sprawniejsze adaptowanie przez gospodarkę turystyczną nowoczesnych technologii i rozwijanie zarządzania wiedzą w przedsiębiorstwach turystycznych.

4. Zakończenie

Badania, których wyniki przedstawia niniejszy artykuł, pokazują, iż Polska ma dość dobre perspektywy rozwoju gospodarki turystycznej opartej na wiedzy.

W sferze formalnoprawnej potrzebna jest szczegółowa identyfikacja obszarów problemowych w każdej z dziedzin, w której niezbędna jest aktywność państwa. Skuteczność działań w tym zakresie uzależniona jest od wyboru właściwych w danym czasie priorytetów i konsekwencji w realizacji zapisanych w wielu dokumentach strategicznych działań zgodnie z wcześniej ustalonym harmonogramem¹³. Należy wzmocnić czynniki o charakterze ekonomicznym, społecznym i technologicznym sprzyjające wprowadzaniu koncepcji gospodarki turystycznej opartej na wiedzy w życie społeczno-gospodarcze, badania bowiem pokazały wiele zagrożeń, na jakie jest narażony ten proces. Do najważniejszych problemów, które wymagają rozwiązania, możemy zaliczyć:

- zwiększanie środków na B+R, zmianę struktury tych nakładów (w kierunku sektora prywatnego),
- przyspieszenie zmian instytucjonalnych w publicznym sektorze B+R,
- intensyfikację rozwoju elektronicznej administracji (*e-government*),
- przyspieszenie informatyzacji życia społeczno-gospodarczego poprzez znoszenie barier administracyjnych i formalnych w dostępie do rynku telekomunikacyjnego (dalsza deregulacja i liberalizacja),

¹³ Istnieje wiele problemów z realizacją programów strategicznych w zakresie wprowadzania do praktyki nowoczesnych technologii informacyjnych i telekomunikacyjnych, czego wyrazem jest ciągle przesuwanie terminu wprowadzenia podpisu elektronicznego. Obecnie mówi się o pierwszym maju 2008 r.

- wspieranie przez państwo na szerszą skalę nowoczesnych metod nauczania i systemów kształcenia w turystyce,
- opracowanie mechanizmów wykorzystujących wysoki poziom umiejętności informatycznych, dużej samodzielności i kreatywności polskiej młodzieży¹⁴,
- wprowadzenie ułatwień dla nowo powstających firm, także turystycznych,
- uruchomienie skutecznych mechanizmów stymulowania inwestycji w innowacje w przedsiębiorstwach turystycznych (to przede wszystkim od ich aktywności zależy budowanie GTOW) w postaci m.in. rozwiązań podatkowych, wsparcia państwa dla *venture capital* i tzw. aniołów biznesu w gospodarce turystycznej,
- szersze stosowanie partnerstwa publiczno-prywatnego w turystyce zorientowanego na nowe inwestycje w turystyce,
- uruchomienie foresightingu turystycznego,
- wzmocnienie monitoringu i promocji rozwiązań innowacyjnych w obszarze podaży turystycznej,
- położenie w rządowych programach strategicznych większego nacisku na rozwój GTOW (przede wszystkim małych i średnich przedsiębiorstw turystycznych) jako dziedziny umożliwiającej m.in. restrukturyzację wielu obszarów bezrobocia strukturalnego,
- rozszerzenie zakresu systemów e-turystyki, które kompleksowo powinny spełniać cztery funkcje – informacyjną (przekazanie informacji na temat oferty, mapy lokalizacji), komunikacyjną (za pomocą m.in. e-mail, skype'a), zachęcającą (zbudowanie wirtualnego pokoju czy podróży) i płatniczą (systemy rezerwacji i płatności).

Przyspieszenie budowy GTOW w Polsce jest możliwe dzięki podejściu systemowemu do tego zagadnienia, w którym najważniejsze są odpowiednie działania państwa, władz regionalnych i lokalnych, a także podmiotów gospodarczych i instytucji działających w szeroko ujętym sektorze usług turystycznych. Podstawowym mechanizmem spajającym wszystkie wymienione elementy systemu jest kapitał społeczny, który jest kreowany nie tylko przez jednostki, ale także przez instytucje i jest pomnażany w procesie współpracy oraz przyczynia się do zmniejszania niepewności między nimi. W jego tworzeniu uczestniczy zatem całe społeczeństwo, łącznie z organami władzy, nie można więc go stworzyć dzięki indywidualnym inwestycjom. Dobrą płaszczyzną w tym zakresie mogą być

¹⁴ Świadczą o nich m.in. sukcesy w prestiżowych zawodach w programowaniu zespołowym studentów informatyki z uniwersytetów: Warszawskiego, Jagiellońskiego i Wrocławskiego.

poziome struktury zespołowe, w tym lokalne i regionalne organizacje turystyczne, jednak do zaistnienia efektów synergicznych niezbędne jest równoprawne uwzględnianie wszystkich podmiotów podaży turystycznej w działaniach administracji rządowej i samorządowej, a także konieczne są proinnowacyjne zasady ich finansowania.

Kluczem do rozwoju gospodarki turystycznej opartej na wiedzy będzie uczenie się i budowanie kompetencji m.in. w dziedzinie twórczego wykorzystania technologii informatycznych i telekomunikacyjnych, a także wdrażania innowacji.

Literatura

- [1] *Barierzy współpracy przedsiębiorców i ośrodków naukowych*, raport, Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego, Warszawa 2006.
- [2] Buczak T., *Na tle Europy*, Hospitality, wrzesień 2006.
- [3] Czajkowski W., *Kilka uwag na temat nowej gospodarki*, Masłowa I Fukuyamy, [w:] *Nowa ekonomia a społeczeństwo*, red. S. Partycki, KUL, Lublin 2006.
- [4] Frejtag-Mika E., *Paradygmat „nowej gospodarki” jako wyznacznik konkurencyjności gospodarki krajowej*, [w:] *Teoria i praktyka ekonomii a konkurencyjność gospodarowania*, red. E. Frejtag-Mika, Difin, Warszawa 2006.
- [5] *Globalizacja gospodarki*, red. P. Deszczyński, AE, Poznań 2004.
- [6] *Gospodarka oparta na wiedzy – stan, diagnoza i wnioski dla Polski*, Ekspertyza Instytutu Zarządzania Wiedzą w Krakowie, Warszawa-Kraków 2002.
- [7] Grudzewski W., Hejduk I., *Przedsiębiorczość w gospodarce opartej na wiedzy*, [w:] *Przedsiębiorczość w gospodarce turystycznej opartej na wiedzy*, red. M. Bednarczyk, Fundacja dla Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2006.
- [8] *Innowacyjność małych i średnich przedsiębiorstw w procesie integracji europejskiej*, red. Z. Wysokińska, J. Witkowska, Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2004.
- [9] Kołodko G., *„Nowa gospodarka, stare problemy*, [w:] *„Nowa gospodarka” i stare problemy*, red. G. Kołodko, M. Piątkowski, Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości i Zarządzania, Warszawa 2002.
- [10] Mikuła B., *Organizacje oparte na wiedzy*, AE, Kraków 2006.
- [11] Nogalski B., Kowalczyk A., *Wiedza jako zasób organizacji i czynnik przewagi konkurencyjnej*, [w:] *Przedsiębiorstwo w gospodarce turystycznej opartej na wiedzy*, red. M. Bednarczyk, Fundacja dla Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2006.
- [12] *Nowa ekonomia a społeczeństwo*, red. S. Partycki, KUL, Lublin 2006.
- [13] *„Nowa gospodarka” i stare problemy*, red. G. Kołodko, M. Piątkowski, Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości i Zarządzania, Warszawa 2002.

- [14] *Perspektywy gospodarki opartej o wiedzę w Polsce – wyniki raportu Banku Światowego*, Ministerstwo Nauki, Warszawa 2004, www.nauka.gov.pl.
- [15] *Plan informatyzacji państwa na lata 2007-2010*, www.mswia.gov.pl.
- [16] *Przedsiębiorczość w gospodarce turystycznej opartej na wiedzy*, red. M. Bednarczyk, Fundacja dla Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2006.
- [17] *Przedsiębiorstwo zorientowane na wiedzę*, red. G. Kobyłko, M. Morawski, Difin, Warszawa 2006.
- [18] Rachocka J., *Globalizacja konsumpcji*, [w:] *Globalizacja gospodarki*, red. P. Deszczyński, AE, Poznań 2004.
- [19] Strahl D., Markowska M., *Gospodarka oparta na wiedzy w Euroregionie Nysa*, Prace Naukowe XII/2006, Akademickie Centrum Koordynacyjne w Euroregionie Nysa, Liberec, Zittau, Jelenia Góra 2006.
- [20] *Strategia Lizbońska*, praca zbiorowa, Urząd Integracji Europejskiej, Warszawa 2002.
- [21] *Strategia Rozwoju Turystyki na lata 2007-2013 (projekt)*, Ministerstwo Gospodarki i Pracy, Warszawa, czerwiec 2005.
- [22] *Teoria i praktyka ekonomii a konkurencyjność gospodarowania*, red. E. Frejtag-Mika, Difin, Warszawa 2006.
- [23] www.egospodarka.pl.
- [24] www.npr.gov.pl.
- [25] www.stat.gov.pl.
- [26] www.stat.gov.pl/dane_spol_gosp, 16.02.2007.
- [27] www.travelplanet.pl

THE PERSPECTIVES OF KNOWLEDGE INTENSIVE TOURISM ECONOMY DEVELOPMENT IN POLAND

Summary

Contemporary society entered the new epoch i.e. the period of information technology (the construction of information society), diversified structures and segmented culture, while in economy sector there have been observed interdependencies among knowledge, productivity, and economic growth. These processes prove the emergence of knowledge intensive economy.

The objective of the hereby article is to analyse these factors which influence the development of knowledge intensive tourism economy in Poland. The article assumes that among conditions influencing the development of knowledge intensive economy one should distinguish mainly the formal-legal, economic, technological and social conditions which occur at the level of the European Union and Poland.

The article concludes by presenting recommendations for indispensable changes facilitating broader implementation of knowledge intensive tourist economy concept.

Elżbieta Nawrocka – dr, adiunkt w Katedrze Marketingu i Zarządzania Gospodarką Turystyczną Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu – Wydział w Jeleniej Górze.