

## WPŁYW KLASTRÓW NA AKTYWIZACJĘ GOSPODARCZĄ REGIONÓW TURYSTYCZNYCH

Jacek Gancarczyk

Uniwersytet Jagielloński

**Streszczenie.** Celem artykułu jest przedstawienie koncepcji oparcia aktywizacji gospodarczej regionów turystycznych na wspólnych podstawach w postaci rozwoju klastrów przedsiębiorstw oraz małych i średnich przedsiębiorstw. W poszczególnych częściach artykułu przedstawiono przyczyny zainteresowania klastrami, rozumienie tego zjawiska w ujęciu różnych badaczy oraz propozycje definicji klastra, a następnie przykłady funkcjonowania klastrów w różnych regionach i źródła ich konkurencyjności. W opracowaniu przedstawiono również udział sektora małych i średnich przedsiębiorstw (MSP) w gospodarce regionu. Zaprezentowano znaczenie klastra w polityce aktywizacji gospodarczej regionu i w regionalnej polityce wspierania MSP. Artykuł opiera się na studiach literaturowych z zakresu koncepcji klastrów i analizie badań empirycznych.

**Słowa kluczowe:** klaster, region, turystyka, rozwój regionalny, małe i średnie przedsiębiorstwa, MSP

### WSTĘP

Aktywizacja gospodarcza regionów wpływająca na ich konkurencyjność jest często wiązana z konkurencyjnością określonych branż (sektorów) przedsiębiorstw, które działają w powiązaniach sieciowych oraz we współpracy z instytucjami otoczenia. Konkurencyjność przedsiębiorstw to umiejętność sprostania konkurentom lokalnym, regionalnym, krajowym i międzynarodowym [Bednarczyk 2001]. Branżowe skupiska firm (jednej branży lub niewielkiej liczby pokrewnych branż) określane są jako klastry. Ich gospodarcze znaczenie przejawia się w znaczącym wkładzie w zatrudnienie, dynamice inwestycji i innowacji. Oprócz znaczenia gospodarczego dla regionu, należy wskazać rolę skupisk w stymulowaniu konkurencyjności przedsiębiorstw, zwłaszcza małych i średnich. Celem opracowania jest przedstawienie koncepcji oparcia aktywizacji gospodarczej regionów turystycznych na wspólnych podstawach w postaci rozwoju klastrów przedsiębiorstw.

## POJĘCIE I PRZYCZYNY ZAINTERESOWANIA KLASTRAMI

Globalny rozwój gospodarczy przybiera formę rozwoju spolaryzowanego, nierównomiernego i opartego na biegunach wzrostu, którymi są regiony geograficzne charakteryzujące się wysoką konkurencyjnością skupisk (klastrow) firm działających w powiązaniach wzajemnych i w powiązaniach z organizacjami otoczenia. Konkurencyjność krajów postrzegana jest coraz częściej jako wynikająca z konkurencyjności regionów tych krajów. Globalizacji towarzyszy jednocześnie tendencja firm z pokrewnych sektorów do tworzenia skupisk na określonym terytorium, nawet jeśli są to sektory uznawane za niezależne od uwarunkowań przestrzennych. Klastry odznaczają się wysoką produktywnością, innowacyjnością i międzynarodową konkurencyjnością. W USA około 380 klastrow tworzy 57% miejsc pracy i 61% PKB. We Włoszech około 200 klastrow (okręgów przemysłowych) zapewnia około 30% miejsc pracy i około 45% eksportu [OECD 1996].

Analizując klastrow jako formę organizacji przemysłu, badacze akcentują różne właściwości, które w ich przekonaniu konstytuują to zjawisko [Vanhaverbeke 2001]. Traktują je zatem jako:

- Geograficzną koncentrację firm działających w ramach sektorów pokrewnych. W ten sposób postrzegali zjawisko badacze okręgu (dystryktu) przemysłowego, począwszy od A. Marshalla, na przełomie wieków XIX i XX, aż po badaczy tzw. okręgów włoskich w regionach środkowych i północno-wschodnich Włoch: G. Becattiniego, M. Bellandiego, M. Piore i C. Sabela czy P. Krugmana.
- Relacje pionowe między firmami na określonym geograficznie obszarze – rozumienie łączone przede wszystkim z D. Maillatem i M. Porterem, który analizował relacje pionowe między firmami na określonym terytorium jako łańcuch wartości.
- Geograficzną koncentrację powiązanych ze sobą sektorów, które tworzą efekt synergii zapewniając przewagę konkurencyjną całemu regionowi – ujęcie zaproponowane przez M. Portera.
- Geograficzną aglomerację firm działających w jednym lub niewielu powiązanych sektorach – definicja Komisji Europejskiej [European Commission 2002].

Każde z tych ujęć zjawiska sugeruje system powiązań firm oparty na geograficznej koncentracji jednego lub niewielu powiązanych kooperacyjnie sektorów i zwraca uwagę na związki przedsiębiorstw z organizacjami otoczenia, stąd uprawnione będzie sformułowanie następującej definicji klastra: Klastrer jest geograficzną aglomeracją firm tego samego lub ograniczonej liczby powiązanych sektorów. Podstawowym wyznacznikiem konkurencyjności klastrow są powiązania między różnymi podmiotami, tj. zarówno między firmami, jak i organizacjami otoczenia, a także powiązania klastra z otoczeniem zewnętrznym. Charakter tych powiązań jest unikatową cechą każdego klastra.

## PRZYKŁADY KLASTROW I ŹRÓDŁA ICH KONKURENCYJNOŚCI W BADANIACH EMPIRYCZNYCH

Do najbardziej znanych regionalnych aglomeracji sektorów (klastrow) należą [Nordin 2003]:

- Wielkie aglomeracje, które gromadzą gałęzie przemysłu o jednolitym profilu, takie jak Los Angeles z przemysłem filmowym, Media City w Lipsku czy Londyn i Nowy Jork jako centra usług finansowych i biznesowych.
- Usługi telemarketingowe w Omaha oraz produkcja kart kredytowych w Południowej Dakocie, USA.
- Oprogramowanie w Bangalore, Indie.
- Kalifornia, a zwłaszcza Dolina Krzemowa (przemysł elektroniczny, oprogramowania, biotechnologie).
- Badenia-Wirtembergia w Niemczech (przemysł motoryzacyjny, elektryczny i maszynowy).
- Regiony Trzecich Włoch (Emilia Romagna/produkcja płytek ceramicznych, Toskania/przemysł tekstylny, Parma/przemysł spożywczy).
- Aglomeracje turystyczne w USA (Klaster Turystyczny Karoliny Południowej, Klaster Turystyki i Gościnności Marylandu, Klaster Turystyczny Oregonu), Australii (Tropical North Queensland), Meksyku (Cancun), Szwecji (Åre & Funäsdalsfjällen), Nowej Zelandii (Klaster Turystyki Golfowej), Sri Lance, na Jamajce.

Z biegiem czasu nowe ujęcia konkurencyjności skupisk przemysłu pojawiały się jako interpretacje sukcesu często tych samych regionów geograficznych. Przykładem może być „Trzecia Italia” opisywana najpierw przez ekonomistów włoskich, potem przez Portera [1994] i Markusen [1996]. Można zatem przyjąć, że różnice w postrzeganiu determinantów konkurencyjności analizowanych terytoriów brały się nie tylko z odmienności podejść badaczy, ale były uwarunkowane obiektywnymi zmianami charakterystyki tych form organizacji przemysłu, które to zmiany odzwierciedlały społeczno-ekonomiczne przeobrażenia i towarzyszące im koncepcje teoretyczne. Źródła konkurencyjności klastrów przedstawia tabela 1.

Markusen [1996] wyróżniła cztery typy klastrów (okręgów przemysłowych), a mianowicie:

- okręg Marshalla/włoski – małe i średnie przedsiębiorstwa (MSP) pozostające w długoterminowych relacjach konkurencji i kooperacji w procesie wytwarzania i rozwoju produktu (regiony Trzeciej Italii, Dolina Krzemowa);
- okręg „oś i szprychy” – jedna lub kilka dużych firm kooperujących w procesie produkcji z grupą mniejszych podwykonawców na zasadzie długoterminowych kontraktów (Toyota City/Nagoja, Seattle/Microsoft, Round Rock/Dell);
- okręg „satelita” – oddziały dużych firmy ponadnarodowych, które nie wykształcają w procesie produkcji powiązań kooperacyjnych z firmami okręgu, lecz utrzymują powiązania z oddziałami, dostawcami i odbiorcami firm macierzystych spoza okręgu; firmy lokalne mogą dostarczać usług wspierających (np. branża turystyczna w Meksyku/Cancun, transport, usługi remontowo-budowlane) a powiązania z nimi są słabe i krótkoterminowe;
- okręg „kotwica” – instytucja publiczna, która może być np. firmą państwową, szkołą wyższą, bazą wojskową i przybrać formę organizacji jednego z charakteryzowanych powyżej okręgów lub stanowić połączenie tych form [Gancarczyk 2010].

Tabela 1. Typy klastrów (okręgów przemysłowych)  
Table 1. Types of clusters (industry areas)

Typ klastra (okręgu)	Okreg Marshalla/włoski	Okreg typu „oś i szprychy”	Okreg typu „satelita”	Okreg – „kotwica” instytucji publicznych
Charakter firm	Małe i średnie przedsiębiorstwa (MSP), właściciele lokalni	Jedna lub kilka dużych firm zintegrowanych pionowo	Wielkie firmy z siedzibami poza okręgiem i właścicielami spoza okręgu	Jedna lub kilka instytucji publicznych
Rodzaj kontraktów	Silna wymiana między dostawcami i odbiorcami wewnątrz okręgu, długoterminowe kontrakty	Silna wymiana między firmami dominiującymi i dostawcami wewnątrz okręgu, kontrakty długoterminowe; intensywna kooperacja i związki między firmami spoza okręgu	Słaba wymiana między dostawcami i odbiorcami wewnątrz okręgu, brak długoterminowych związków z lokalnymi dostawcami, intensywna kooperacja z firmami spoza okręgu, szczególnie z oddziałami macierzystymi	Niskie obroty firm lokalnych, wymiana wewnątrz regionu ograniczona do instytucji i ich dostawców, kontrakty krótkoterminowe
Narzędzia konkurencji/ /typ innowacji	Dyferencjacja/innowacja produktowa	Ekonomia skali/innowacja procesu	Ekonomia skali/innowacja w dziedzinie zarządzania	Ekonomia skali w sektorze publicznym
Zasoby ludzkie	Silna wymiana personelu między dostawcami i odbiorcami wewnątrz okręgu, duży udział pracowników zaangażowanych w projektowanie i innowacje, pracownicy przywiązani do okręgu, a nie do firm	Słaba wymiana personelu między dużą firmą i dostawcami, duży udział pracowników słabiej kwalifikowanych, pracownicy przywiązani najpierw do dużej firmy, potem do okręgu, następnie do małej firmy	Pracownicy związanymi raczej z firmą niż z okręgiem, migracje pracowników szczebla menedżerskiego do okręgu i poza okręg, słabe migracje nisko kwalifikowanych	Umiarkowana wymiana personelu między dostawcami i odbiorcami, przewaga urzędników i profesjonalistów, pracownicy związani najpierw z instytucjami, następnie z okręgiem, na końcu z małymi firmami
Infrastruktura dzielenia ryzyka, innowacji i stabilizacji	Silne mechanizmy: źródła finansowania, pomocy technicznej i usług biznesowych poza firmami, ale wewnątrz okręgu	Brak mechanizmów; usługi biznesowe, źródła finansowania i pomocy technicznej zdominowane przez duże firmy	Brak mechanizmów; źródła finansowania, pomocy technicznej i usług biznesowych pochodzą spoza okręgu	Brak specjalistycznych źródeł finansowania, pomocy technicznej i usług biznesowych
Rola samorządu terytorialnego	Silna	Słaba	Słaba	Słaba
Rola rządu	Umiarkowana	Silne zaangażowanie publiczne	Silna rola rządu	Duże zaangażowanie finansów publicznych
Inwestycje	Podjęmowane wewnątrz okręgu, na bazie kapitału inwestycyjnego wewnątrz okręgu	Podjęmowane wewnątrz okręgu, ale o znaczeniu ponadlokalnym	Podjęmowane poza okręgiem, brak kapitału inwestycyjnego wewnątrz okręgu	Podjęmowane na szczeblu rządu, brak kapitału inwestycyjnego wewnątrz okręgu
Perspektywy rozwoju regionu	Trwale, oparte na sile lokalnych firm, wiedzy i innowacjach oraz decyzjach inwestycyjnych generowanych wewnątrz okręgu	Trwale, oparte na sile dużych przedsiębiorstw oraz wiedzy i innowacjach oraz decyzjach inwestycyjnych generowanych wewnątrz okręgu	Nietrwale, zależne od wiedzy, innowacji i decyzji inwestycyjnych generowanych poza okręgiem	Nietrwale, zależne od wiedzy, innowacji i decyzji inwestycyjnych generowanych poza okręgiem

Źródło: [Gancarczyk 2009].

Source: [Gancarczyk 2009].

## ROZWÓJ TURYSTYKI W REGIONACH A SEKTOR MSP W POLSCE

Wiodącą determinantą dla aktywizacji regionów turystycznych jest szeroko rozumiana sfera działalności usługowej. Region turystyczny jest definiowany jako stosunkowo jednorodny obszar wyróżniający się z otoczenia określonymi cechami naturalnymi lub nabytymi. Charakteryzuje się on walorami turystycznymi o wysokim poziomie atrakcyjności, najczęściej o charakterze przyrodniczym, bazą turystyczną rozwiniętą w stopniu pozwalającym na właściwe zaspokojenie potrzeb przybywających turystów oraz dużym natężeniem ruchu turystycznego [Kurek 2007]. Immanentną cechą regionów (w tym turystycznych) jest istnienie silnych powiązań pomiędzy wszystkimi (nie tylko turystycznymi) elementami i funkcjami regionu zapewniające wewnętrzną spójność regionu.

W literaturze z zakresu turystyki rozważania prowadzone z perspektywy ekonomicznej doprowadzają zwykle do koncepcji „gospodarki turystycznej”. Jej elementami są wszystkie podmioty występujące na rynkach turystycznych po stronie podaży (regiony, gminy, MSP, duże przedsiębiorstwa, także instytucje i organizacje *non profit*). Dla podkreślenia, że jest to ujęcie szersze niż branżowe, stosowane jest niekiedy określenie „kompleks gospodarki turystycznej” [Jędrzejczyk 2000]. Aktywizacja gospodarcza regionów turystycznych w Polsce nie nastąpi wyłącznie pod wpływem egzogennych (zewnętrznych) czynników rozwoju, takich jak: rozwój gospodarczy kraju, koniunktury międzynarodowej, tempo pogłębiania się integracji z Unią Europejską. Głównymi moderatorami rozwoju będą zatem regionalni aktorzy (instytucje), kreujący politykę opierającą się na aktywizacji endogennej (wewnętrznego) potencjału.

Sektor małych i średnich przedsiębiorstw (MSP) stanowi integralną i znaczącą część tego potencjału. W Polsce udział MSP w tworzeniu miejsc pracy wyniósł 70,1%, podczas gdy w tworzeniu PKB 47,7%, a w wartości dodanej sektora rynkowego 67,7% [PARP 2009]. W Unii Europejskiej (UE) MSP generowały 67,1% zatrudnienia i 57,5% wartości dodanej przedsiębiorstw niefinansowych [European Commission 2008]. Udziały sektora MSP we wskaźnikach ekonomicznych są znaczące, jednak należy wskazać, iż przedsiębiorstwa te stanowią zarówno w gospodarce UE ogółem, jak i w naszym kraju 99,8% populacji firm. W tej sytuacji wkład dużych podmiotów, które mają zaledwie 0,2% udziału, wydaje się nieproporcjonalnie duży.

Konsekwencje aktywizacji regionu turystycznego oznaczają przede wszystkim wzrost jego zasobności, przekładający się na zauważalny rozwój gospodarczy obszaru, a także wzrost poziomu życia mieszkańców. Powiększająca się liczba turystów w regionie przyczynia się do wzrostu zapotrzebowania na różne rodzaje usług, często wymagające rozbudowy (budowy bądź modernizacji) infrastruktury turystycznej (hotele, pensjonaty, parki tematyczne itp.) i paraturystycznej (restauracje, sklepy, punkty usługowe, bankowość, sieć komunikacyjna, uzbrojenie terenu) [Meyer 2009]. Turystyka jest jedną z form działalności gospodarczej o najbardziej znaczącym potencjale w tworzeniu przyszłego wzrostu i zatrudnienia w UE. Stanowi ona obecnie około 4% PKB i waha się od około 2% w niektórych państwach członkowskich do 12% na Malcie. Jej pośredni udział w PKB jest znacznie wyższy, ponieważ turystyka pośrednio tworzy ponad 10% PKB w UE i dostarcza około 12% wszystkich miejsc pracy.

Struktura przemysłu turystycznego ma charakter heterogeniczny, jest bardzo zróżnicowana i rozdrobniona – w branży dominują małe i średnie przedsiębiorstwa, najczęściej

o charakterze rodzinnym, często opierające się na pracownikach sezonowych (mieszkańcy obszaru recepcyjnego). Taka sytuacja niejako z góry „skazuje” firmy turystyczne na współpracę, kooperację [Włodarczyk, Kaczmarek, Stasiak 2005]. Udział pracujących w MSP w sekcji związanej z turystyką (hotele i restauracje) wynosił 86,3% a w wartości dodanej brutto 85,1%. Udział gospodarki turystycznej bez nakładów na inwestycje w PKB wynosił 5,7–7,3%, a udział przemysłu turystycznego około 2%. Nastąpił 7,4-procentowy wzrost zatrudnienia w turystyce. Dla zwiększenia tego udziału w latach 2008–2015 niezbędny jest wzrost popytu turystycznego (mierzonego wydatkami poszczególnych segmentów rynku turystycznego) w tempie przekraczającym przewidywane tempo wzrostu PKB. Ponieważ udział sektora usług w gospodarce polskiej jest niższy niż w rozwiniętych krajach, należy przyjąć, że będzie się on rozwijał znacznie szybciej niż przemysł czy rolnictwo. Oznacza to, że w nadchodzących latach gospodarka turystyczna w Polsce ma szansę rozwijać się w tempie większym niż tempo rozwoju całej polskiej gospodarki (mierzonej tempem wzrostu PKB) [POT 2008].

W gospodarce rynkowej uważa się małe i średnie przedsiębiorstwa za podstawę zdrowej gospodarki. Są one postrzegane jako „motor” regionalnej aktywizacji i rozwoju gospodarczego. Procesy formowania nowych firm sektora MSP są zawsze związane z terenem zamieszkania przedsiębiorców lub miejscem ich pracy. Prawie nigdy nie rozważają oni innych lokalizacji na terenie kraju. Z kolei większe przedsiębiorstwa najpierw wybierają na lokalizację szeroki region, a następnie badają specyficzne warunki lokalne i decydują o szczegółowej lokalizacji firmy lub jej oddziały [Cooper 1971].

W literaturze przedmiotu [Smallbone 1994] panuje pogląd, że sektor MSP aktywizuje gospodarczo regiony przez:

- generowanie nowych miejsc pracy,
- generowanie innowacji oraz unowocześnianie produktów i usług,
- generowanie lokalnego dochodu przez sprzedaż towarów i usług poza region oraz eksport,
- udział w lokalnej strukturze gospodarczej i zmianach tej struktury przez komplementarność z innymi firmami w regionie na zasadzie „podwykonawstwa”,
- udział jako „zaczyn” przyszłych dużych firm.

## **KLASTER W POLITYCE AKTYWIZACJI GOSPODARCZEJ REGIONU I W REGIONALNEJ POLITYCE WSPIERANIA MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW (MSP)**

Obserwacja zjawiska klastra dała początek jednemu z dwóch głównych podejść w polityce aktywizacji gospodarczej, polityki opartej na klastrach (*cluster policy*), w odróżnieniu od polityki sektorowej (*sectoral policy*) [Enright 2000]. Klastry decydują zatem o aktywizacji gospodarczej oraz konkurencyjności regionów i całych gospodarek narodowych, dlatego ich znaczenie i analiza powinny być uwzględnione w formułowaniu polityki aktywizacji gospodarczej regionu oraz rozwoju regionalnego. Hansen [1992], Scott [1988], Storper i Walker [1986] wskazują, iż bliskość geograficzna sprzyja wymianie informacji i ułatwia komunikację, co prowadzi do szybkiego ujawniania dysproporcji, potrzeb lub ograniczeń występujących w obrębie danego skupiska. Aglomeracja



jednego lub powiązanych sektorów ułatwia zatem wykrycie podstawowych problemów przedsiębiorstw, co jest z kolei istotne z punktu widzenia prowadzenia polityki wsparcia MSP. Ponadto, umożliwia kreowanie wiedzy w regionie oraz trafny dobór charakteru działalności w przypadku zakładania firm i decyzji o rozwoju, tj. zapewnia przedsiębiorstwom dopasowanie (*adjustment*) do regionalnego łańcucha wartości. Klastry tworzą środowiska korzystne dla rozwoju i konkurencyjności MSP, gdyż uzyskują tam one łatwy dostęp do materialnych i niematerialnych zasobów działając w systemach powiązań sieciowych. Ich znaczenie dla polityki aktywizacji gospodarczego regionu i dla regionalnej polityki wspierania MSP każe potraktować klaster jako podstawową jednostkę analizy w formułowaniu obu polityk, a zarazem główny przedmiot ich wsparcia (rys. 1).



Rys. 1. Wnioski z badań nad zjawiskiem klastra

Fig. 1. Conclusions of research on cluster phenomenon

Źródło: Opracowanie własne.

Source: Author's research.

Oparcie polityki aktywizacji gospodarczej regionów turystycznych na analizie klastrów pozwoli na:

- uzyskanie spójności między kierunkiem regionalnej polityki wspierania MSP i polityką aktywizacji gospodarczej regionu (klaster staje się podstawą kształtowania obu polityk);
- skoncentrowanie pomocy na grupie firm (branży turystycznej) istotnej dla gospodarki regionu;
- precyzyjniejsze adresowanie pomocy, gdyż firmy w ramach skupiska reprezentują podobną charakterystykę pod względem rodzaju działalności, fazy dojrzałości przemysłu i zaawansowania technologicznego, mają podobne rynki;
- możliwe jest w tej sytuacji bardziej trafne określenie problemów doświadczanych przez te firmy (specyficzne ułomności rynku i koszty transakcyjne), a w ślad za tym właściwy dobór instrumentów i środków realizacji polityki wsparcia MSP.

## PODSUMOWANIE

Jednym z podstawowych problemów w formułowaniu i realizacji polityki aktywizacji gospodarczej regionów i wsparcia MSP w tej polityce jest brak spójnych podstaw koncepcyjnych. Analiza zjawiska klastra pozwala sformułować takie podstawy – są one oparte na rozbudowanych badaniach empirycznych, w tym na studiach porównawczych, które zaowocowały uogólnieniami dotyczącymi źródeł konkurencyjności tego zjawiska i jego wpływu na konkurencyjną przewagę gospodarek regionalnych i narodowych.

Instrumenty i środki realizacji pozostają podobne jak te dotychczas wykorzystywane w polityce regionalnej i polityce wspierania MSP, jednak różni się sposób ich wykorzystywania:

1. Wsparcie skoncentrowane jest na wzmacnianiu konkurencyjności grup przedsiębiorstw najbardziej istotnych dla gospodarki regionów turystycznych.
2. Instrumenty i środki są precyzyjnie adresowane. Ze względu na wspólne cechy rozwoju technologii, rynku, dostawców, wymagań kapitałowych przedsiębiorstw w ramach klastra możliwe jest trafne określenie ułomności rynku i kosztów transakcyjnych doświadczanych przez te firmy. Pozwala to z kolei na trafne dopasowanie rodzaju dóbr publicznych, których powinno dostarczyć organizowane wsparcie.
3. Wsparcie jest selektywne, a adresują je regionalne władze samorządowe, zarządzające programami pomocowymi. Wymaga to zdecentralizowanego układu instytucjonalnego w zakresie prowadzenia polityki aktywizacji gospodarczej regionu i regionalnej polityki wspierania MSP.
4. Instrumenty i środki wsparcia bazują na istniejących zasobach regionu turystycznego, co oznacza, że takie inicjatywy, jak np. park technologiczny czy przemysłowy, powinny stymulować już istniejące powiązania gospodarcze i opierać się na jasno zdefiniowanym popycie i istniejących w regionie kompetencjach. Oznacza to odejście od traktowania tych przedsięwzięć jako sposobu na kreowanie nowych, atrakcyjnych sektorów „od zera”, bez uwzględnienia wspomnianych uwarunkowań.

## PIŚMIENNICTWO

- Bednarczyk M., 2001. Organizacje publiczne. Zarządzanie konkurencyjnością. PWN, Warszawa-Kraków.
- Cooper A.C., 1971. Technical entrepreneurship: What do we know?, R&D Management.
- Enright M. J., 2000. Globalisation, Localisation and Cluster-Based Policies. Conference materials, “Enhancing the Competitiveness of SMEs in the Global Economy: Strategies and Policies”. OECD, Bolonia.
- European Commission, 2002. Clusters in Europe. Observatory of European SMEs nr 3.
- European Commission, 2008. Industry, Trade and Services. Statistics in Focus nr 31.
- Gancarczyk M., 2009. Model ewolucji klastrów a zarządzanie rozwojem regionu. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu nr 129, 190–197.
- Gancarczyk M., 2010. Model schyłku i odrodzenia klastrów. Gospodarka Narodowa nr 3/2010, 1–21.
- Hansen N., 1992. Competition, Trust and Reciprocity in the Development of Innovative Regional Milieux. Papers in Regional Science, vol. 71, nr 2, 95–105.



- Jędrzejczyk I., 2000. Nowoczesny biznes turystyczny. Ekostrategie w zarządzaniu firmą. PWN, Warszawa.
- Kurek W., 2007. Turystyka. PWN, Warszawa.
- Markusen A., 1996. Sticky Places in Slippery Space: A Typology of Industrial Districts. *Economic Geography* vol. 72, nr 3, 293–313.
- Meyer B., 2009. Strategie rozwoju turystyki w regionie. PWN, Warszawa.
- Norin S., 2003. Tourism clustering and innovation. Paths to economic growth and development. ETOUR, Stockholm.
- OECD, 1996. Networks of Enterprises and Local Development: Competing and Co-operating in Local Productive Systems. Paris.
- Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, 2009. Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2007–2008. Warszawa.
- Polska Organizacja Turystyczna, 2008. Marketingowa strategia Polski w sektorze turystyki na lata 2008–2015. Warszawa.
- Porter M.E., 1994. The Competitive Advantage of Nations. The Macmillan Houndmills-Basingstoke-Hampshire-London.
- Scott A.J., 1988. New Industrial Spaces. Flexible Production Organization and Regional Development in North America and Western Europe. PION, London.
- Smallbone D., 1994. SMEs and Regional Economic Development: Developing a Policy Agenda. Wyd. UŁ, Łódź.
- Storper M., 1997. The Regional World. Territorial Development in a Global Economy. Guilford, New York.
- Storper M., Walker R., 1986. The Capitalist Imperative. Territory, Technology and Industrial Growth. Blackwell, New York.
- Vanhaverbeke W., 2001. Realizing New Regional Core Competencies: Establishing a Customer-Oriented SME Network. *Entrepreneurship and Regional Development* vol. 13, nr 2, 99.
- Włodarczyk B., Kaczmarek J., Stasiak A., 2005. Produkt turystyczny, PWE, Warszawa.

## **IMPACT OF CLUSTERS ON ECONOMIC ACTIVATION OF TOURISM REGIONS**

**Abstract.** The aim of the article is to present the concept of economic activation of tourism regions based on the development of enterprise clusters and on the development of small and medium sized enterprises (SMEs). The following topics are discussed: reasons for the current interest in clusters, approaches to the cluster phenomenon by different researchers and proposed definitions of the cluster, examples of regional clusters and sources of their competitiveness. Moreover, the contribution of SMEs into the regional economy is outlined. Finally, the function of clusters in the policy for economic activation of the region and for the regional SME policy was proposed. The article is based on the review of the literature in industrial clusters and on the results of empirical studies.

**Key words:** cluster, region, tourism, regional development, small and medium sized enterprises, SMEs

Zaakceptowano do druku – Accepted for print 10.09.2010