

Klasy – panaceum na konkurencyjność

Marian Gorynia 21-03-2008, ostatnia aktualizacja 21-03-2008 03:00

Jakie konsekwencje dla naszego biznesu miało członkostwo w UE – zastanawia się prof. Marian Gorynia, ekonomista z Akademii Ekonomicznej w Poznaniu

Polskim przedsiębiorstwom niezbędne są pomysły na to, jak podnosić konkurencyjność, by lepiej sobie radzić z presją rywali rynkowych i dokonywać wejść na coraz to nowe rynki zagraniczne, nie tylko wykorzystując strategię eksportu, ale i sięgając do strategii bezpośrednich inwestycji. Obiecującą inspiracją w poszukiwaniach tego typu rozwiązań wydaje się koncepcja klastrów, która eksponuje m.in. różnorodność relacji między podmiotami, a także znaczenie instytucji dla konkurencyjności oraz umiędzynarodowienia firmy.

Czym jest klastery?

Klastery nie jest wynalazkiem XX, a tym bardziej XXI wieku. Początki koncepcji klastrów sięgają 1890 r., kiedy to słynny ekonomista Alfred Marshall pokazał światu swoje dzieło zatytułowane „Zasady ekonomii”. Pisał w nim m.in. o okręgach przemysłowych, które utożsamiał z regionalnymi skupiskami przedsiębiorstw tej samej lub pokrewnej branży. Swoje tezy oparł m.in. na obserwacji małych firm rzemieślniczych z branży włókienniczej (Manchester), branży metalowej (Birmingham) oraz firm produkujących noże, które były zlokalizowane w okolicach Sheffield.

Firmy te, zdaniem Marshalla, czerpały korzyści z funkcjonowania w geograficznej bliskości i wchodzenia w relacje zarówno kooperacyjne, jak i konfrontacyjne z innymi uczestnikami branży. Korzyści te wiązały się z szerokim dostępem do wyspecjalizowanej siły roboczej i pozytywnymi efektami w dziedzinie komunikacji. Przepływ informacji między firmami był łatwiejszy dzięki bliskości geograficznej oraz temu, że pracownicy przemieszczali się między firmami zlokalizowanymi w pobliżu. Pobudzało to też rozchodzenie się innowacji. Dla sukcesu gospodarczego znaczenie miały także organizacje wspierające biznes.

Dzisiaj trudno zliczyć opracowania i publikacje, które podejmują problem klastrów i ich znaczenie dla konkurencyjności firm, branż, regionów czy nawet całych gospodarek i ugrupowań integracyjnych. Jednakże w większości przypadków są to dzieła autorów zagranicznych. W Polsce zagadnienie klastrów ciągle wymaga szerszych badań. Jeśli jednak zainteresowany tą problematyką zajrzy do obcojęzycznej literatury, napotka ogromną liczbę definicji klastra. Najpopularniejsza jest definicja zaproponowana przez Michaela Portera, jednego z czołowych badaczy klastrów. W ujęciu Portera klastery to „znajdująca się w geograficznym sąsiedztwie grupa przedsiębiorstw i powiązanych z nimi instytucji zajmujących się określoną dziedziną, połączona podobieństwami i wzajemnie się uzupełniająca”. Zwykle klasy obejmują firmy oferujące produkty finalne, dostawców maszyn, urządzeń, komponentów, a więc przedsiębiorstwa z branż wspierających, instytucje finansowe, badawczo-rozwojowe i wchodzące w skład samorządów gospodarczych, a także firmy z branż pokrewnych.

Czy to już jest klastery?

W odpowiedzi na postawione wyżej pytanie pomocne jest wypunktowanie cech klastrów. Liczący się na świecie badacz klastrów i sieci przedsiębiorstw Christian Ketels wskazuje na atrybuty klastrów. Po pierwsze dla istnienia klastra duże znaczenie ma funkcjonowanie firm w geograficznej bliskości. Jest ona konieczna, jeśli mają wystąpić pozytywne efekty przenikania wiedzy, informacji i korzystanie z tych samych zasobów. Po drugie aktywność firm musi być nakierowana na wspólny cel, aby móc czerpać korzyści z geograficznej bliskości oraz interakcji. Duże znaczenie mają więc powiązania między przedsiębiorstwami oraz instytucjami z otoczenia biznesu. Po trzecie interakcje, tak ważne dla istnienia klastra, muszą zachodzić między odpowiednio dużą liczbą uczestników – firm oraz instytucji.

Klastery nie jest wynalazkiem XX, a tym bardziej XXI wieku. Początki koncepcji klastrów sięgają 1890 roku, kiedy to słynny ekonomista Alfred Marshall pokazał światu swoje dzieło zatytułowane „Zasady ekonomii”

Warto podkreślić, że dla powstania czy też istnienia klastra nie jest konieczna aktywność władz państwa, w tym samorządowych. Klasy często istnieją, a firmy, które są ich uczestnikami, niekiedy nie zdają sobie z tego sprawy. Działania w ramach polityki gospodarczej czy też posunięcia samorządu gospodarczego mogą być jednak pomocne w rozwijaniu i umacnianiu klastrów oraz w kształtowaniu wśród przedsiębiorstw świadomości bycia jednym z członków klastra.

Czy warto być w klastrze?

Bycie członkiem klastra pozwala firmie powiększyć albo przebudować posiadany zestaw zasobów, umiejętności i kompetencji lub poprawić jakość posiadanych aktywów. Poza tym przekłada się bezpośrednio na zachowanie się przedsiębiorstwa na rynku, które już nie tylko rywalizuje, ale także szuka pól współpracy z konkurentami, dostawcami, klientami czy podmiotami ze sfery otoczenia biznesu. Próbuąc wypunktować kluczowe korzyści z uczestnictwa w klastrze, można wymienić: • dostęp do wyspecjalizowanych i zaawansowanych zasobów, takich jak kluczowe

umiejętności i kapitał ryzyka • dostęp do wyspecjalizowanych dostawców, usług, infrastruktury • dostęp do wymagających klientów, których potrzeby antycypują zmiany na rynku międzynarodowym • bliskość rywali rynkowych, którzy walczą o przywództwo w branży – czynnik wywierający presję na innowacje • bliskość innowacyjnych branż pokrewnych, wspierających oraz powiązanych z nimi instytucji – podobieństwa w zakresie np. technologii, umiejętności, klientów, infrastruktury, dostawców, pełniących funkcji pozytywnie wpływają na przenikanie innowacyjnych technologii między firmami • bliskość innych podmiotów powiązanych z klastrem ma pozytywny wpływ na procesy kooperacyjne.

Czy polskie firmy są uczestnikami klastrow? Jednym z efektów członkostwa Polski w UE jest możliwość pozyskiwania finansowego wsparcia dla inicjatyw klastrowych. Abstrahując od bilansu korzyści oraz strat, które mogą być następstwem wspomnianego wsparcia, trzeba zauważyć, że wyzwala ono konkretne działania po stronie firm i samorządu gospodarczego. Zarówno firmy, jak i samorząd gospodarczy wykazują dążenia do kreacji klastrow oraz do ujawniania, formalizowania i nadawania instytucjonalnego charakteru często utajonym, jeszcze niezbyt wykrystalizowanym klastrom. Autorzy artykułu przyjrzeni się bliżej trzem klastrom tworzącym się w Wielkopolsce, a mianowicie Wielkopolskiemu Klastrowi Meblarskiemu, Motoklastrowi oraz klastrowi kotłów grzewczych nazywanemu Innowacyjnym Kotle Pleszewskim. Celem badań była próba odpowiedzi na pytanie, jakie znaczenie ma funkcjonowanie w klastrze dla międzynarodowej konkurencyjności i internacjonalizacji firmy.

Badane podmioty, niezależnie od ich rodowodu klastrowego, dostrzegają, że ich potencjał konkurencyjny może być umacniany przez dostępny w regionie wyspecjalizowany i dysponujący określonymi umiejętnościami personel, natomiast nie mogą liczyć na rozbudowanie sfery kapitału – najslabiej oceniono dostępność i koszty venture capital. Charakterystyczny typ relacji dominujący w już funkcjonujących, rozwiniętych i dojrzałych klastrach jest też widoczny w rodzących się klastrach meblarskim, kotlarskim i motoryzacyjnym.

Zdaniem większości respondentów rywalizacji w ich branżach towarzyszą przejawy kooperacji. Najpopularniejsza w każdym z klastrow jest współpraca z dostawcami i klientami. Klasy kotlarski i motoryzacyjny deklarują także stosunkowo duże zaangażowanie się firm we współpracę z lokalnymi i nielokalnymi konkurentami, organizacjami branżowymi oraz instytucjami badawczo-rozwojowymi, co należy oceniać bardzo pozytywnie. Jednak generalnie kooperacja jest jeszcze ciągle postrzegana jako mało istotna z punktu widzenia konkurencyjności firm. Współpraca jako strategia prowadzenia gry konkurencyjnej jest wyraźnie niedoceniana. Przedsiębiorstwa z każdego z trzech klastrow odmiennie postrzegają kluczowe konsekwencje wchodzenia w relacje kooperacyjne, zwłaszcza z rywalami lokalnymi i nielokalnymi. Wśród najważniejszych konsekwencji współpracy znajdują się poprawa jakości oferowanych produktów czy też świadczonych usług, obniżenie kosztów oraz wzmocnienie pozycji w stosunku do nielokalnych konkurentów odpowiednio dla klastra meblarskiego, kotlarskiego oraz motoryzacyjnego.

Bycie członkiem klastra pozwala firmie powiększyć albo przebudować posiadany zestaw zasobów, umiejętności i kompetencji lub poprawić jakość aktywów

Badane firmy najczęściej współpracują z podmiotami lokalnymi w zakresie zaopatrzenia w surowce i półprodukty. Ich zdaniem najbliższe trzy lata przyniosą wzrost zaangażowania się w kooperację w tym obszarze w granicach klastra meblarskiego, stabilizację w odniesieniu do klastra kotlarskiego oraz spadek w ramach klastra motoryzacyjnego. Umiedzynarodowienie nie jest najsilniejszą stroną uczestników badanych klastrow. Jedyną strategią ekspansji zagranicznej jest na razie eksport, a zagraniczne rynki zbytu obejmują kraje UE i Europy Wschodniej. Tylko nieliczne z badanych firm niezależnie od rodowodu klastrowego pozyskały kontakt do zagranicznego kontrahenta od podmiotu wchodzącego w skład klastra.

Co dalej z klastrami w Polsce?

Trudno odpowiedzieć na postawione wyżej pytanie jednym zdaniem. Z jednej strony trzeba stwierdzić, że klasy mają w sobie potencjał jako koncepcja nakierowana na podnoszenie konkurencyjności i poziomu umiedzynarodowienia firm. W praktyce gospodarczej obserwuje się swoistą modę na zainteresowanie inicjatywami klastrowymi. Zachęcająco przedstawiają się pozytywne efekty uzyskane dzięki klastrom w licznych rozwiniętych gospodarkach rynkowych. Sądzić należy, że także w gospodarce polskiej jest miejsce na to, aby rozwiązanie, jakim jest klastr, wносиło w dłuższej perspektywie wkład w budowanie międzynarodowej konkurencyjności najpierw przedsiębiorstw, a potem branż polskiej gospodarki.

Z drugiej strony koniecznie należy podkreślić, że klasy nie są lekiem na wszystko. Podstawę ich działania powinien stanowić interes własny uczestników klastrow – tylko „rynkowe korzenie i podłoże” inicjatyw klastrowych gwarantują wiarygodność, autentyczność, a w konsekwencji długofalową efektywność tego rozwiązania.

Interwencję szeroko rozumianego państwa (rządu, samorządu) należy traktować jako element wspierający i ułatwiający rozwój inicjatyw klastrowych; interwencja ta powinna jednak mieć zakres ograniczony i charakter sprowadzający się głównie do zagadnień edukacyjnych i łagodzenia skutków asymetrii informacji wśród firm.

Źródło : Rzeczpospolita