

PRACE NAUKOWE

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

RESEARCH PAPERS

of Wrocław University of Economics

Nr 369

Przemiany strukturalne i koniunkturalne na światowych rynkach

Tom 1

Redaktorzy naukowi

Jan Rymarczyk

Małgorzata Domiter

Wawrzyniec Michalczyk



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
Wrocław 2014

Redakcja wydawnicza: Elżbieta Kozuchowska, Barbara Majewska
Redakcja techniczna i korekta: Barbara Łopusiewicz
Łamanie: Małgorzata Czupryńska
Projekt okładki: Beata Dębska

Publikacja jest dostępna w Internecie na stronach:
www.ibuk.pl, www.ebscohost.com,
w Dolnośląskiej Bibliotece Cyfrowej www.dbc.wroc.pl,
The Central and Eastern European Online Library www.ceeol.com,
a także w adnotowanej bibliografii zagadnień ekonomicznych BazEkon
http://kangur.uek.krakow.pl/bazy_ae/bazekon/nowy/index.php

Informacje o naborze artykułów i zasadach recenzowania
znajdują się na stronie internetowej Wydawnictwa
www.wydawnictwo.ue.wroc.pl

Kopiowanie i powielanie w jakiegokolwiek formie
wymaga pisemnej zgody Wydawcy

© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Wrocław 2014

ISSN 1899-3192
ISBN 978-83-7695-478-3 (całość)
ISBN 978-83-7695-451-6 (tom 1)

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Druk i oprawa:
EXPOL, P. Rybiński, J. Dąbek, sp.j.
ul. Brzeska 4, 87-800 Włocławek

Spis treści

Wstęp	9
Franciszek Adameczuk: Identyfikacja modelu klastra oraz etapu jego rozwoju na przykładzie klastra ceramika i turystyka	11
Łukasz Ambroziak: Ocena pozycji konkurencyjnej nowych państw członkowskich UE w handlu zagranicznym produktami rolno-spożywczymi ...	25
Eric Ambukita: Zagraniczne inwestycje bezpośrednie w Demokratycznej Republice Konga w latach 2009-2012.....	36
Zbigniew Bentyn: Rola e-logistyki w procesie adaptacji struktury łańcucha dostaw do potrzeb klientów	48
Zbigniew Biniek: Proces wprowadzenia euro na Łotwie – wnioski dla Polski	58
Sebastian Bobowski: Implikacje ekonomiczne i polityczne projektu trójstronnego porozumienia o wolnym handlu Chiny – Japonia – Republika Korei	67
Elżbieta Bombińska: Pozycja państw azjatyckich w światowym eksporcie usług na początku XXI wieku.....	78
Jarosław Brach: Europejski – unijny drogowy transport ładunków w procesach internacjonalizacji i globalizacji – przyczyny sukcesu tej gałęzi	89
Dominika Brzęczek-Nester: Zmiany struktury geograficznej oraz struktury przedmiotowej obrotów towarowych w polskim handlu zagranicznym w latach 1999-2012.....	113
Anna Chrzęściewska: Bezpośrednie inwestycje zagraniczne w Meksyku.....	129
Monika Chutnik, Aleksandra Kuźmińska-Haberla: Polska i Polacy w oczach młodych Europejczyków studiujących na Uniwersytecie Ekonomicznym we Wrocławiu. Stereotypy a decyzje edukacyjne.....	138
Małgorzata Czarnas: Atrakcyjność lokalizacji usług offshoringowych w Polsce na tle wybranych krajów Europy Środkowo-Wschodniej.....	148
Małgorzata Czermińska: Graniczny ruch towarowy w Unii Europejskiej – wybrane aspekty z punktu widzenia procedur celnych	160
Małgorzata Domiter: Jakość instytucjonalna a zjawisko kłęski bogactwa	174
Jerzy Dudziński: Nowe relacje cen w handlu międzynarodowym a rola Chin w gospodarce światowej	188
Elżbieta Golemska, Małgorzata Szczyt: Wpływ logistyki międzynarodowej na przemiany strukturalne i koniunkturalne na rynkach światowych..	198
Eugeniusz Gostomski: Łotwy droga do strefy euro.....	209
Monika Grottel: Polska Służba Celna w realizacji innowacyjnego systemu obsługi podmiotów gospodarczych	219

Marcin Haberla: Przesłanki tworzenia klastrów i inicjatyw klastrowych w Polsce oraz cele ich funkcjonowania w świetle wyników badań własnych.....	230
Agnieszka Hajdukiewicz: Przyczyny wzrostu światowych cen produktów rolno-spożywczych w pierwszej dekadzie XXI wieku.....	239
Rafał Hryniewiecki: Geopolityczne implikacje zmian na światowych rynkach energetycznych – przypadek Kataru	251
Anna H. Jankowiak: Lokalizacja w klastrze jako motyw internacjonalizacji przedsiębiorstw	263
Dorota Agata Jarema: Reforma przedsiębiorstw państwowych w Chińskiej Republice Ludowej.....	272
Artur Klimek: Zmiany w polskich przedsiębiorstwach wskutek umiędzynarodowienia	288
Karolina Łopacińska: Inwestycje bezpośrednie chińskich przedsiębiorstw na rynku europejskim w przekroju branż	298
Marek Maciejewski: Specjalizacja i konkurencyjność eksportu państw Unii Europejskiej na rynki zewnętrzne.....	309
Dominika Malchar-Michalska: Polski eksport owoców i przetworów z owoców w latach 2001-2012	320
Joanna Michalczyk: Ewolucja polityki rolnej Unii Europejskiej na tle koncepcji zrównoważonego rozwoju	333
Wawrzyniec Michalczyk: Zmienność kursu złotego względem euro na tle innych walut krajów Unii Europejskiej	351
Bartosz Michalski: Zaawansowanie technologiczne polskiej wymiany handlowej w perspektywie problematyki bezpieczeństwa ekonomicznego. Przypadek sektorów <i>low-tech</i> w latach 2001-2012	363
Magdalena Myszowska: Atrakcyjność krajów Europy Środkowo-Wschodniej jako miejsca lokalizacji offshoringu usług	376

Summaries

Franciszek Adamczuk: Cluster model identification and its development stage on the example of ceramics and tourism cluster	24
Łukasz Ambroziak: The assessment of the competitive position of the new EU member states in foreign trade of agri-food products	35
Eric Ambukita: Foreign direct investment in the Democratic Republic of Congo in the years 2009-2012.....	47
Zbigniew Bentyn: The role of e-logistics in the process of adapting the structure of the supply chain to customer needs.....	57
Zbigniew Biniek: The process of euro introduction in Latvia – conclusions for Poland	66

Sebastian Bobowski: Economic and political implications of the project of China – Japan – Republic of Korea trilateral free trade agreement.....	77
Elżbieta Bombińska: The position of Asiatic countries in the world's export of services at the beginning of XXI century.....	88
Jarosław Brach: European – European Union road freight transport in the processes of internationalization and globalization – reasons behind the success of that mode	112
Dominika Brzęczek-Nester: Spatial-structural changes in Poland's foreign trade in 1999-2012.....	128
Anna Chrzęściewska: Foreign direct investment inflows to Mexico	137
Monika Chutnik, Aleksandra Kuźmińska-Haberla: Poland and Polish people in the eyes of young Europeans studying at the University of Economics in Wrocław. Stereotypes vs. educational decisions.....	147
Malgorzata Czarnas: Attractiveness of the offshoring services location in Poland against chosen Central and Eastern Europe countries.....	157
Malgorzata Czermińska: Border freight traffic in the European Union – some aspects from the point of view of customs procedures	173
Malgorzata Domiter: Institutional Quality and its relation to “the paradox of plenty” phenomenon.....	187
Jerzy Dudziński: New price relations in international trade and the role of China in the world economy.....	197
Elżbieta Golemska, Malgorzata Szczyt: Influence of international logistics on structural and economic changes on the global markets.....	208
Eugeniusz Gostomski: The Latvian way to the European Monetary Union ..	218
Monika Grottel: Polish Customs Authority in the implementation of innovative system of services for entrepreneurs.....	229
Marcin Haberla: Premises of clusters and cluster initiatives creation in Poland and the aims of their functioning in the light of own surveys	238
Agnieszka Hajdukiewicz: Reasons for the increase in world prices of agricultural products in the first decade of the XXI century	250
Rafał Hryniewiecki: Qatar and the geopolitical implications of the new developments on global energy markets	262
Anna H. Jankowiak: Location in the cluster as a motive of internationalization of enterprises	271
Dorota Agata Jarema: Reform of the State-Owned Enterprises in the Peoples Republic of China.....	286
Artur Klimek: Changes in Polish enterprises resulting from internationalization	297
Karolina Łopacińska: Direct investment of Chinese enterprises on the European market branch in the cross section of industries	308
Marek Maciejewski: Specialization and competitiveness of export of the EU countries to external markets	319

Dominika Malchar-Michalska: Polish export of fruit and fruit preparations in the period 2001-2012.....	332
Joanna Michalczyk: The evolution of European Union's agricultural policy against the background of the conception of sustainable development.....	350
Wawrzyniec Michalczyk: The volatility of the zloty's exchange rate to the euro against the background of other currencies of the European Union member states	361
Bartosz Michalski: Technological intensity of Polish foreign trade in the perspective of the concept of economic security. The case of low-tech sectors in the period 2001-2012	375
Magdalena Myszkowska: The attractiveness of Central and Eastern Europe countries for services offshoring.....	386

Marcin Haberla

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

e-mail: marcin.haberla@ue.wroc.pl

PRZESŁANKI TWORZENIA KLASTRÓW I INICJATYW KLASTROWYCH W POLSCE ORAZ CELE ICH FUNKCJONOWANIA W ŚWIETLE WYNIKÓW BADAŃ WŁASNYCH¹

Streszczenie: Celem artykułu jest zaprezentowanie powodów tworzenia klastrów i inicjatyw klastrowych w Polsce wraz ze wskazaniem ich celów funkcjonowania. Podmioty te w istotny sposób przyczyniają się do podnoszenia konkurencyjności, rozwoju innowacyjności, a także tworzą nowe miejsca pracy. Warto zauważyć, że podstawy ich powstania częściowo są zbieżne, choć nie zawsze droga realizacji jest taka sama. Często także podstawy ich tworzenia i funkcjonowania wymieniane przez osoby zarządzające klastrem lub inicjatywą klastrową różnić się mogą od opinii przedstawicieli firm go współtworzących. Rozważania te poprzedzone zostały prezentacją wybranych definicji i klasyfikacją klastrów i inicjatyw klastrowych.

Słowa kluczowe: klastry, inicjatywy klastrowe.

DOI: 10.15611/pn.2014.369.1.19

1. Wstęp

Na świecie wiele państw stara się wspierać finansowo klastry, upatrując w nich m.in. szansy na dalszy rozwój innowacyjności kraju oraz spadek stopy bezrobocia. Niektóre z nich są obecnie kołem zamachowym gospodarek i przyczyniają się do dalszego ich rozwoju. Również Polska nie pozostaje w tym obszarze obojętna od lat promując i wspierając finansowo rozwój klastrów z różnym skutkiem. Część tych inicjatyw bowiem powstaje tylko w celach pozyskania środków, inne natomiast spełniają swoje funkcje bardziej efektywnie.

Obecnie w Polsce działa około 130 klastrów oraz realizowanych jest ponad 80 inicjatyw klastrowych. Ich formy działalności, genyzy powstania, jak również charakterzy reprezentowanych branż są bardzo różnorodne.

¹ Artykuł powstał w ramach projektu sfinansowanego przez Narodowe Centrum Nauki, „Klastry jako nośnik innowacyjności przedsiębiorstw i regionów. Weryfikacja i implementacja modeli azjatyckich w warunkach gospodarki polskiej”, nr 2011/01/B/HS4/00639.

2. Problemy definicyjne

Według najbardziej znanej, a tym samym rozpowszechnionej definicji M.E. Portera klastry są to „geograficzne skupiska 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 także 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 wielkomiejskiej, głównie w krajach gospodarczo rozwiniętych” [Porter 2001, s. 197, 198].

Obok definicji M.E. Portera w literaturze przedmiotu funkcjonuje wiele innych definicji klastra, co wskazuje na dużą dynamikę zmian zachodzących w obszarze klasteringu.

Jedna z najprostszych definicji została zaproponowana przez G. Andersona „klastr to sieć przedsiębiorstw, ich klientów i dostawców materiałów, komponentów, maszyn, narzędzi, usług szkoleniowych i zasobów finansowych” [Anderson 1994, za: Gorynia, Jankowska 2008, s. 31]. R. Rabelotti natomiast zwraca uwagę na specyficzne powiązania między firmami z klastra: „pomiędzy przedsiębiorstwami występują powiązania rynkowe i pozarynkowe wynikające z wymiany dóbr i informacji. Zachowania poszczególnych firm są determinowane przez poczucie więzi i wspólnoty z innymi firmami z pokrewnych sektorów, działającymi w tej lokalizacji” [Gorynia, Jankowska 2008, s. 34].

Również różnego rodzaju programy wspierania klasteringu tworzą i wykorzystują formułowane na własne potrzeby definicje klastrów. Dla przykładu przytoczyć można definicję zawartą w Rozporządzeniu Ministra Gospodarki z dnia 2 grudnia 2006 r. w sprawie udzielania przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości pomocy finansowej niezwiązanej z programami operacyjnymi, w którym „przez klastr rozumie się [...] przestrzenną i sektorową koncentrację podmiotów działających na rzecz rozwoju gospodarczego lub innowacyjności oraz co najmniej dziesięciu przedsiębiorców, wykonujących działalność gospodarczą na terenie jednego lub kilku sąsiednich województw, konkurujących i współpracujących w tych samych lub pokrewnych branżach oraz powiązanych rozbudowaną siecią relacji o formalnym i nieformalnym charakterze, przy czym co najmniej połowę podmiotów funkcjonujących w ramach klastra stanowią przedsiębiorcy [...]” [Rozporządzenie Ministra Gospodarki z dnia 2 grudnia 2006 r., Dz.U. 06.226.1651].

Z kolei M. Grzybowski przyjmuje w swojej definicji, że „klastr przemysłowo-usługowy jest to celowo utworzona grupa przedsiębiorstw, powiązanych funkcjonalnie w celu osiągnięcia wartości dodanej w wyniku synergii działań gospodarczych i organizatorskich, których przedmiotem jest projektowanie wspólnych wizji, misji i strategii marketingowych, koordynowanie polityki pozyskiwania kapitału,

kształtowanie relacji z władzami lokalnymi, otoczeniem politycznym, samorządowym i społecznym” [Grzybowski 2006, s. 19-22]. Zwraca on w swojej definicji uwagę na takie zagadnienia, jak wspólna wizja, misja i strategia marketingowa klastra pomijane przez niektórych autorów.

Należy także zaznaczyć i pokrótce wyjaśnić różnice między pojęciami klastra i inicjatywy klastrowej. Inicjatywa klastrowa bowiem oznacza mniej lub bardziej zinstytucjonalizowaną grupę podmiotów lokalnych, której celem jest stworzenie danego klastra bądź rozwiązanie ważnych problemów już funkcjonującego. Powstanie inicjatywy klastrowej może być efektem oddolnych działań podmiotów gospodarczych zainteresowanych współpracą (tzw. podejście *bottom-up*), jak również może być wynikiem podjętych przez władze publiczne działań odgórnych (tzw. podejście *top-down*) [www.mg.gov.pl]. Warto jednak zaznaczyć, że trudno jest opowiedzieć się wyłącznie za jednym kierunkiem budowania inicjatyw klastrowych, co zależne jest bowiem od specyfiki i różnorodności regionu, przemysłu, ale także wielu innych czynników, takich jak uwarunkowania kulturowe.

Problemy związane z wypracowaniem jednej ogólnie akceptowalnej definicji klastra są efektem dużej dynamiki zmian zachodzących w obszarze klastrów i składają się na różne typologie klastrów. W literaturze przedmiotu wyróżniamy więc następujące kryteria podziału klastrów ze względu na:

- 1) stadium rozwoju (klastry embrionalne, wzrostowe, dojrzałe oraz schyłkowe),
- 2) zdolność do kreowania miejsc pracy (klastry o rosnącym, stabilnym bądź malejącym zatrudnieniu),
- 3) zasięg terytorialny klastra (klastry o zasięgu lokalnym, regionalnym, krajowym, ponadnarodowym),
- 4) liczbę horyzontalnie powiązanych sektorów (klastry wąskie bądź szerokie),
- 5) liczbę stadiów łańcucha produkcyjnego (klastry głębokie bądź płytkie),
- 6) pozycję konkurencyjną (klastry będące liderami światowymi, krajowymi lub posiadające przeciętną bądź słabą pozycję konkurencyjną),
- 7) znaczenie technologii (klastry wysokich, średnich lub niskich technologii) [Enright 2001; Jacobs 1997, za: Brodzicki, Szultka 2002].

3. Syntetyczna charakterystyka procesu badawczego

Celem prowadzonych badań była analiza uwzględniająca główne przesłanki/idee powoływania inicjatywy klastrowej i klastra oraz cele funkcjonowania tych podmiotów. Nadal bowiem istnieje duże zapotrzebowanie na badania z zakresu klasteringu. Obecnie bardzo dużo mówi się i pisze na temat wspierania oraz pomocy w organizacji i powstawaniu klastrów. Coraz częściej podejmowane są także próby analizy funkcjonowania inicjatyw klastrowych oraz klastrów, w tym m.in. oceny działań marketingowych.

Źródło danych empirycznych stanowiły badania ilościowe i jakościowe. W pierwszej fazie procesu badawczego, biorąc pod uwagę specyfikę grup badanych

(ich dostępność i chęć uczestnictwa w badaniach), a także zapewnienie badanym komfortu udzielania odpowiedzi, wybrano technikę wspomaganego komputerowo wywiadu telefonicznego (CATI – *Computer Assisted Telephone Interview*) oraz wywiadu bezpośredniego. Badania telefoniczne wspomagane komputerowo realizowane były ze studia badawczego wyposażonego w komputery ze specjalistycznym oprogramowaniem (CATI SUPPORT 2), łącze telefoniczne i stanowiska ankieterskie. Ankieterzy przeprowadzali wywiad przy wykorzystaniu elektronicznego kwestionariusza ankietowego, zapisując w pamięci komputera kolejne odpowiedzi ankietowanych. Dzięki takim badaniom zwiększa się szybkość realizacji projektów, poprawia się jakość i ogranicza możliwość popełnienia błędów. Pomagają one dotrzeć do osób trudno dostępnych, a także eliminują długi i pracochłonny proces wprowadzania danych [Śmiłowski 2008, s. 45, 46].

Kolejnym etapem było zrealizowanie badania jakościowego – indywidualne wywiady pogłębione. Decyzja o wyborze metody i techniki badawczej podyktowana została eksploracyjnym i diagnostycznym charakterem problemów badawczych.

Podmiotami badania były klastry działające na obszarze Polski. Pytania skierowane do przedstawicieli klastrów dotyczyły m.in. takich kwestii, jak:

- historia i okres funkcjonowania klastra,
- powody powstania inicjatyw klastrowych i klastrów,
- sposoby i kanały komunikacji pomiędzy firmami w klastrze,
- cele funkcjonowania inicjatyw klastrowych i klastrów.

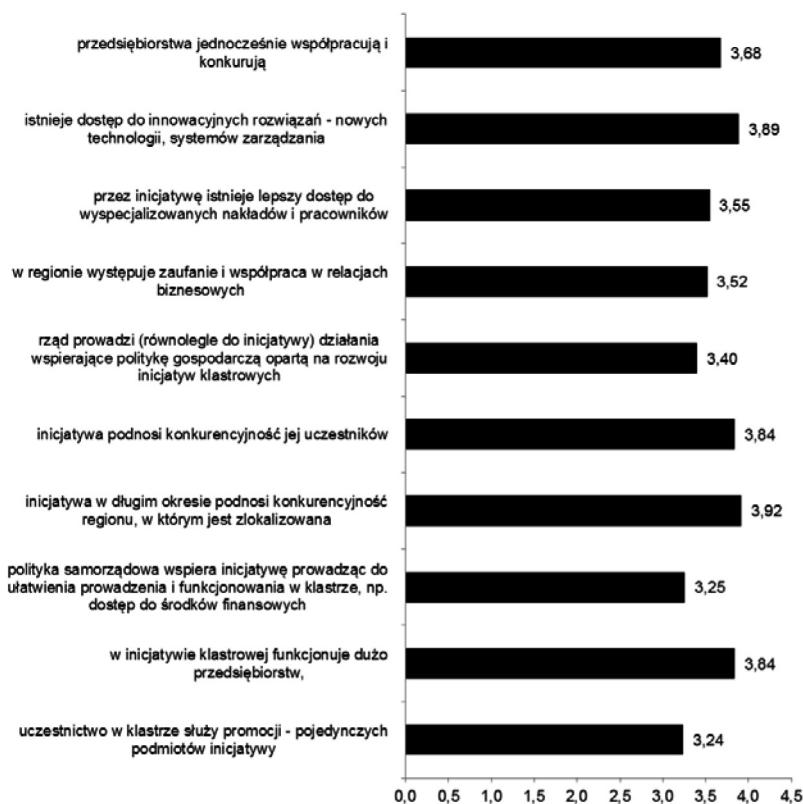
Dążąc do profesjonalizacji procesu badań, przed przystąpieniem do badań właściwych zrealizowane zostało badanie pilotażowe celem eliminacji błędów i dopracowania wersji ostatecznej kwestionariusza ankietowego. Operat losowania w przypadku badań telefonicznych przedsiębiorstw stanowiła baza klastrów Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości.

Przeprowadzono 36 ankiet oraz 12 indywidualnych wywiadów pogłębionych z przedstawicielami klastrów z całej Polski. Próba była wybierana warstwowo i dzielona pod względem siedziby (województwa). Odpowiedzi ankietowanych osób uzyskane w trakcie badań telefonicznych oraz z wywiadu bezpośredniego sprawdzono pod względem formalnym i merytorycznym.

4. Wyniki badań empirycznych

Klastry są pewną charakterystyczną cechą gospodarek na różnym etapie rozwoju i często są różnicowane przestrzennie (narodowe, regionalne, lokalne). Dlatego też, żeby móc mówić o możliwym powodzeniu rynkowym klastra, podmiot ten powinien osiągać masę krytyczną (oznacza to m.in., że jest określona liczba firm i innych instytucji/podmiotów tworząca spójną całość kooperacyjną) i charakteryzować się skutecznymi działaniami konkurencyjnymi w odniesieniu do rywali. Bardzo różne są stadia rozwoju, wielkość, branże, które reprezentują, ale też różne mogą być przyczyny ich powstania i dalszego funkcjonowania.

Zanim jednak wskazane zostaną przesłanki powoływania klastrów, warto nadmienić, kto odpowiada za ich zakładanie. Zdecydowana większość instytucji zarządzających inicjatywą klastrową lub klastrem, biorących udział w badaniu, to stowarzyszenia (ponad 73%). Ponad 15% instytucji stanowiły uczelnie, a 11,5% fundacje. Inne instytucje zarządzające inicjatywą klastrową to m.in.: stowarzyszenia ze spółkami z o.o., agencje rozwoju, izby gospodarcze. Wynikać to może m.in. z faktu, że o środki unijne mogą się starać organizacje typu non profit, co skutkuje tworzeniem inicjatyw tylko na potrzeby pozyskania współfinansowania ze środków Unii Europejskiej.



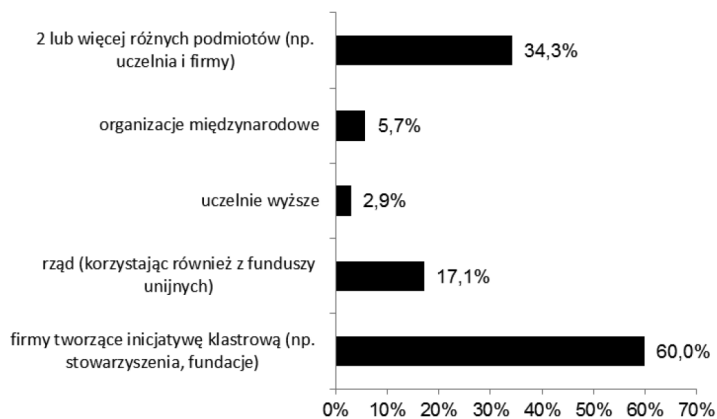
Odsetki nie sumują się do 100%, ponieważ respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź.

Rys. 1. Główna przesłanka/idea powoływania klastra [1 – zdecydowanie się nie zgadzam; 2 – raczej się nie zgadzam; 3 – nie mam zdania, 4 – raczej się zgadzam; 5 – zdecydowanie się zgadzam]

Źródło: opracowanie własne na podstawie: [Haberla 2013], badanie w ramach Innowacyjnego Projektu Badawczego, *Model strategii marketingowej dedykowanej klastrów w Polsce*, Projekt „BRing. Nauki społeczne dla gospodarki” współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego na podstawie dofinansowania nr UDA-POKL.04.02.00-00-126/11-00.

Jak wynika z badań, członkowie instytucji zarządzającej za najważniejsze przesłanki powoływania klastrów w Polsce uznają fakt, że inicjatywa w długim okresie podnosi konkurencyjność regionu, w którym jest on zlokalizowany. Najwięcej respondentów zgodziło się z powyższym twierdzeniem. Następną przesłanką było zwiększenie dostępu do innowacyjnych rozwiązań – nowych technologii, systemów zarządzania. Dopiero kolejnym powodem zawiązania klastra był fakt, że podnosi on konkurencyjność jej uczestników oraz to, że w klastrze funkcjonuje wiele przedsiębiorstw. Rzadziej za przesłankę powoływania klastrów uważa się to, że inicjatywa w klastrze służy promocji pojedynczych firm czy że polityka rządowa wspiera inicjatywę, ułatwiając funkcjonowanie w klastrze, np. dostęp do środków finansowych (rys. 1).

Najczęściej inicjowanie powstania, jak również jego wsparcie finansowe leżą po stronie firm tworzących inicjatywę klastrową (60% odpowiedzi). Co trzeci podmiot wskazał także, że jego powstawanie i finansowanie odbywało się przez co najmniej dwa różne podmioty. 17,1% klastrów w tym przypadku wskazało także na pomoc rządową, np. fundusze unijne. Również nie bez znaczenia są tutaj oczekiwane korzyści ze stron przedsiębiorstw współtworzących klastr (rys. 2).



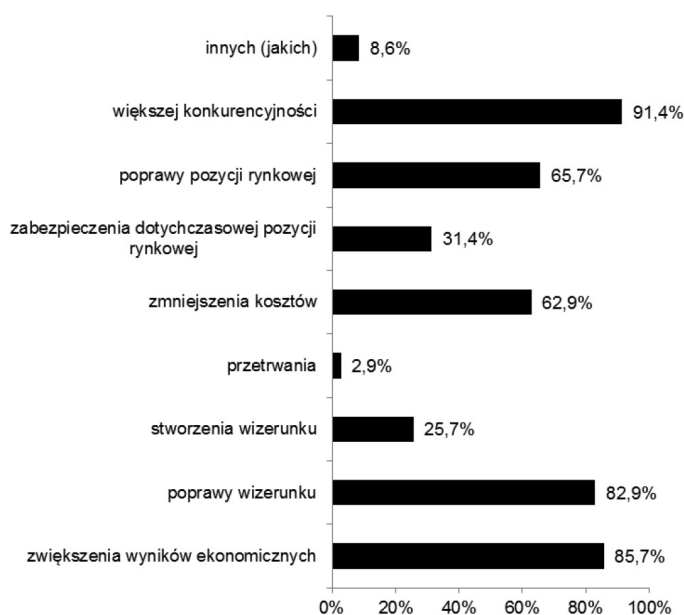
Odsetki nie sumują się do 100%, ponieważ respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź.

Rys. 2. Podmioty inicjujące utworzenie klastra

Źródło: opracowanie własne na podstawie [Haberla 2013], badanie w ramach Innowacyjnego Projektu Badawczego, *Model strategii marketingowej dedykowanej klastrów w Polsce*, Projekt „BRing. Nauki społeczne dla gospodarki” współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego na podstawie dofinansowania nr UDA-POKL.04.02.00-00-126/11-00.

Warto również zaznaczyć, że respondenci w badaniu jakościowym udzielali odpowiedzi na pytanie, jak się prowadzi klastr w Polsce i czy jest odpowiedni klimat do prowadzenia takich przedsięwzięć. Wypowiadali się, czy władze sprzyjają roz-

wojowi biznesu, powstawaniu różnych inicjatyw. Respondenci odpowiadali, twierdząc, choć zdarzają się problemy, ale generalnie są w stanie je sami przezwyciężyć, a samo działanie klastra oceniają pozytywnie. Jeden z respondentów wskazał na pewne problemy, z którymi borykał się jego klastr „Nie jest łatwo prowadzić klastr, bo firmy, które mogłyby przynależeć do klastra lub jak przynależą, potrzebują namacalnego dowodu, że to się opłaca w ogóle. Działanie klastra jest długodystansowe, więc nie można od razu zapewnić czegoś konkretnego. Jeżeli chodzi o dofinansowanie klastrów, to są programy unijne i regionalne. Jednak dostęp do tych programów jest utrudniony ze względu na bariery formalne czasem nie do przeskoczenia. Pieniądzy zazwyczaj starcza na 3-4 lata, później trzeba znowu starać się o dofinansowanie i nie ma się tej pewności, że się ją dostanie”. Inny, oceniając działalność klastra jak również współpracę z władzą, zauważa: „jesteśmy generalnie skupieni w dość dobrym łańcuchu wartości, gdzie poszczególni członkowie niejako się uzupełniają i nie konkurują ze sobą. Jesteśmy na etapie rozwoju tego klastra i trudno mówić o jego produktach. Dopiero planujemy w 2015 roku zakończyć inwestycje, które pozwolą na stworzenie produktów. Jeżeli chodzi o władzę, to my nie



Odsetki nie sumują się do 100%, ponieważ respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź.

Rys. 3. Oczekiwane korzyści firm współtworzących klastry

Źródło: opracowanie własne na podstawie: [Haberla 2013], badanie w ramach Innowacyjnego Projektu Badawczego, *Model strategii marketingowej dedykowanej klastrów w Polsce*, Projekt „BRing. Nauki społeczne dla gospodarki” współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego na podstawie dofinansowania nr UDA-POKL.04.02.00-00-126/11-00.

narzekamy, bo otrzymaliśmy dofinansowanie w ramach działania 5.1. Jeżeli chodzi o współpracę z administracją lokalną czy rządową, to też jest dobrze [...]”. Jednak czasami zdarzają się pewne ograniczenia w rozwoju klastrów, jak zauważa inny badany: „działania klastrowe powinny wyjść od samych uczestników. Natomiast osoby z zewnątrz próbują kierować klastrami. Moim zdaniem nie ma jeszcze wystarczającej ilości przedsiębiorstw, które wykazywałyby wolę wspólnej współpracy. I to jest może bolączka. Jest dużo koordynatorów czy instytucji, które zarządzają klastrami, ale jest to tylko z nazwy”.

A co w takim radzie leży u podstaw oczekiwanych korzyści dla firm współtworzących klastry? Zdaniem ankietowanych najczęściej zwiększenie konkurencyjności (ponad 90%), zwiększenie wyników ekonomicznych (85,7%) oraz poprawa wizerunku (blisko 83%). W mniejszym stopniu za cel inicjatywy klastrowej czy też klastra respondenci uznawali:

- zabezpieczenie dotychczasowej pozycji rynkowej (31,4%),
- stworzenie wizerunku (25,7%),
- przetrwanie (2,9%) (rys. 3).

Warto jednak w tym punkcie dodać, że spojrzenie na cele inicjatyw klastrowych i klastrów może być nieco odmienne w przypadku przedsiębiorców i członków instytucji zarządzających.

5. Podsumowanie

Skuteczny klaster, według Amerykanów, łączy środowiska naukowe, instytucje, laboratoria badawcze oraz inne organizacje non profit w celu stworzenia warunków dla rozwoju konkurencyjności, powstawania nowych miejsc pracy, poprawy wydajności. Pozytywne efekty zewnętrzne tworzenia klastrów nie są więc niczym nowym. Sposoby powstawania klastrów są różne. Po pierwsze, wszystko zależy od skłonności podmiotów do podejmowania ryzyka związanego z otwarciem i rozwojem działalności. Następnym krokiem jest pozyskiwanie funduszy na uruchomienie przedsięwzięcia. W USA można pozyskać takie fundusze m.in. z agencji rozwoju, funduszy *venture capital* czy grantów przeznaczonych na badania. Z pozoru wszystko wygląda prosto i przejrzysto, lecz gdyby zagłębić się w realia polskich klastrów, można zauważyć, że niejednokrotnie czy to klastry, czy inicjatywy klastrowe w czasie powstania realizowały różne drogi do otwarcia tej formy działalności. Inne były również przyczyny czy też przesłanki ich otwierania, zależne często od firm tworzących klastry lub inicjatywę klastrową, i możliwości pozyskania środków na ich otwarcie. Nie można również pomijać faktu, że powodów niewystarczającego tworzenia i rozwoju klastrów i inicjatyw klastrowych może być kilka, a szukać ich należy nie tylko w otoczeniu organizacyjno-prawnym czy finansowym, lecz także w otoczeniu kulturowym. Część klastrów i inicjatyw klastrowych w trakcie tworzenia uwzględnia bowiem takie aspekty w swojej działalności, jak tradycja, warunki geograficzne czy sytuacja demograficzna.

Literatura

- Anderson G., 1994, *Industry clustering for economic development*, „Economic Development Review”, vol. 12, no 2.
- Brodzicki T., Szultka S. 2002, *Koncepcja klastrów a konkurencyjność przedsiębiorstw*, „Organizacja i Kierowanie”, nr 4 (110)
- Gorynia M., Jankowska B., 2008, *Klasy a międzynarodowa konkurencyjność i internacjonalizacja przedsiębiorstwa*, Difin, Warszawa.
- Grzybowski M., 2006, *Klasy przemysłowo-usługowe jako narzędzie zwiększania dynamiki działania przedsiębiorstw na rynku globalnym*, [w:] *Dynamiczność warunkiem skutecznego zarządzania*, Wyższa Szkoła Ekonomiczno-Informatyczna w Warszawie, Warszawa.
- Haberla M., 2013, *Strategie marketingowe klastrów w Polsce*, niepublikowany raport z badań, Wrocław, wrzesień-październik.
- Ministerstwo Gospodarki: www.mg.gov.pl, 1.12.2013.
- Porter M.E., *Porter o konkurencji*, PWE, Warszawa 2001.
- Rozporządzenie Ministra Gospodarki z dnia 2 grudnia 2006 r. w sprawie udzielania przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości pomocy finansowej niezwiązanej z programami operacyjnymi (Dz.U. 06.226.1651).
- Śmiłowski E., 2008, *Tendencje w technikach badań surveyowych – rozwój CATI, CAPI i CAWI*, [w:] *Badania marketingowe. Metody, nowe technologie, obszary aplikacji*, red. K. Mazurek-Łopacińska, PWE, Warszawa.

PREMISES OF CLUSTERS AND CLUSTER INITIATIVES CREATION IN POLAND AND THE AIMS OF THEIR FUNCTIONING IN THE LIGHT OF OWN SURVEYS

Summary: The purpose of this article is to present the reasons for the creation of clusters and cluster initiatives in Poland, and indication of the purpose of their functioning. These entities have a significant contribution to competitiveness, the development of innovation and the creation of new jobs. It is worth noting that the grounds of their origin partly coincide, but the way of implementation is not always the same. These considerations have been preceded by a presentation of selected definitions and classification of clusters and cluster initiatives.

Keywords: clusters, cluster initiatives.