
ARTYKUŁY

KRZYSZTOF ŻOK

Centrum Doradztwa Rolniczego w Brwinowie, Oddział w Poznaniu

KLASTER JAKO MOŻLIWA DROGA ROZWOJU PODMIOTÓW BRANŻY ROLNO-SPOŻYWCZEJ NA PRZYKŁADZIE WIELKOPOLSKI

1. Wstęp

W ostatnich latach coraz częściej słyszymy słowa klaster, klastering, inicjatywa klastrowa, grono przedsiębiorczości. Może być to związane z rosnącym zainteresowaniem nowymi formami współpracy czy rozwojem innowacyjnych rozwiązań. W Polsce o zjawiskach klasteringu mówi się stosunkowo od niedawna, lecz można zaobserwować znaczną dynamikę zainteresowania tą tematyką. Współpraca w formie klastra może być uzupełnieniem funkcjonujących już w branży rolno-spożywczej grup producentów rolnych oraz stanowić drogę do internacjonalizacji obszaru działania. Celem opracowania jest omówienie działalności klastra, ze szczególnym uwzględnieniem podmiotów działających w branży rolno-spożywczej oraz wskazanie korzyści płynących z przynależności do takiej organizacji.

2. Pojęcie klastra

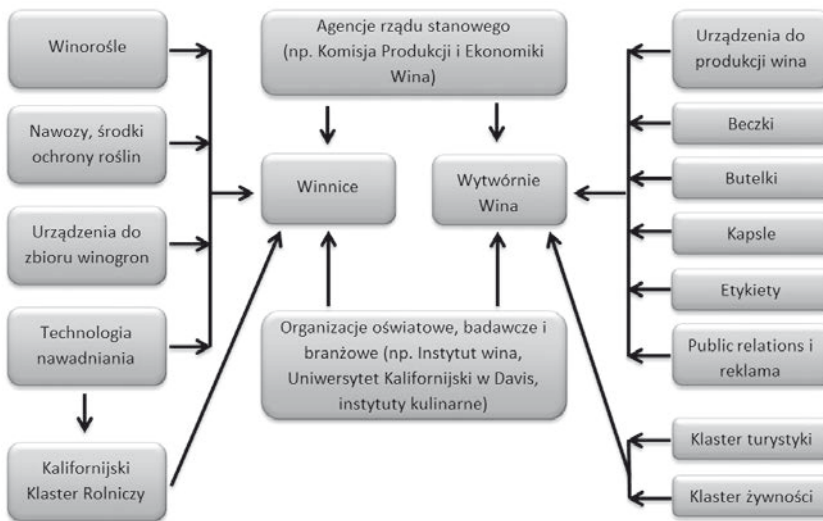
Pojęcie klastra (ang. cluster) jako pierwszy sformułował Michael E. Porter w pracy pt. *The Copetitive Advantage of Nations* wydanej na początku lat dziewięćdziesiątych. Jego rozważania dotyczyły międzynarodowej konkurencyjności gospodarek narodowych. W swoich badaniach poruszył także temat konkurencyjności sektorów. W ich efekcie ten amerykański ekonomista stworzył koncepcję diamentu konkurencyjności. Według Portera klaster to: „Geograficzna koncentracja wzajemnie powiązanych ze sobą przedsiębiorstw, wyspecjalizowanych dostawców, jednostek świadczących usługi, przedsiębiorstw działających

w pokrewnych sektorach i związanych z nimi instytucji (np. uniwersytetów, jednostek normalizacyjnych i stowarzyszeń branżowych) w poszczególnych dziedzinach, konkurujących między sobą, ale też współpracujących” [Pilarska 2013, 19].

Przytoczona definicja klastra nie jest jedyną. W literaturze można spotkać wiele innych, co świadczy o rosnącym zainteresowaniu zjawiskiem klasteringu. Jednym z takich przykładów, może być definicja zamieszczona w Rozporządzeniu Ministra Gospodarki z dnia 2 grudnia 2006 r. w sprawie udzielania przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości pomocy finansowej niezwiązanej z programami operacyjnymi. Określa ona klastery jako „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 2006]. Jest to doskonały przykład tworzenia definicji klastrow ze względu na potrzeby różnych działań i programów mających służyć ich wsparciu i rozwojowi, poczynając od klasycznej już definicji Portera na przykładzie kalifornijskiego klastra win (rysunek 1).

Rysunek 1

Przykład klastra wg M. Portera (kalifornijski klastery win)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie Porter M. (1990): Konkurencyjna przewaga narodów.

Pomimo istnienia tak wielu definicji klastra to jego najważniejsze elementy pozostają niezmiennie. Zaliczyć do nich można występowanie wewnętrznych relacji i zależności, a także jednoczesne konkurowanie pomiędzy podmiotami należącymi do klastra. Zjawiska te określane są mianem kooperacji [Cygler 2009]. Z języka angielskiego *co-opetition*, co jest efektem „złączenia” dwóch określeń ang. *co-operation* – współpraca i *competition* – rywalizacja. „Warto podkreślić, że w polskiej literaturze przedmiotu obok terminu klaster równolegle stosuje się termin *grono*, czy *grono przedsiębiorczości*” [Brodzicki, Kruszewka 2012, 16]. Ponadto w celu sprecyzowania obszaru przedmiotowego używa się określeń takich, jak np.: klaster biznesowy, klaster przemysłowy, klaster technologiczny, klaster spożywczy, czy klaster kluczowy. Istotne jednak jest, aby nie uznawać za tożsame określeń klastra i inicjatywy klastrowej, ponieważ są to dwa różnoznaczące pojęcia. Inicjatywy klastrowe mają służyć ekspansji wskazanego klastra i mogą przybierać mniej lub bardziej sformalizowane formy, np.: stowarzyszenia, czy umowy konsorcjalnej [Brodzicki, Kruszewka 2012, 16]. Jest to podmiot, który podejmuje działania na rzecz klastra. W przypadku posiadania sformalizowanej formy przez inicjatywę klastrową, możemy spotkać się z określeniem organizacji klastrowej (posiada osobowość prawną).

Bobrecka-Jamro (red.) zwraca uwagę, iż w klastrach współpraca pomiędzy podmiotami go tworzącymi jest intensywniejsza oraz uwzględnia dłuższą perspektywę czasu. Ponadto opiera się ona na wysokiej specjalizacji. Właśnie te cechy, czyli intensywność współpracy oraz specyficzną formę konkurencji autorka uznaje za wyróżniające klastry na tle innych, zinstytucjonalizowanych form współpracy pomiędzy przedsiębiorcami [Bobrecka-Jamro, 2008, 10].

3. Funkcjonowanie klastra

Przedsiębiorstwa wchodzące w skład klastra konkurują ze sobą, ale jednocześnie współpracują w tych obszarach, gdzie możliwe jest wyzwolenie efektów synergicznych wspólnych działań. Przykładami takiej współpracy mogą być np.: wspólne prace badawczo-rozwojowe, wymiana know-how, przepływ kadr w ramach klastra, koncentracja zasobów, otwartość na innowacje, redukcja ryzyka, czy też wspólne inwestycje. Wzajemna konkurencja nie wyklucza osiągania profitów, może pozytywnie oddziaływać na rywalizujące ze sobą podmioty oraz prowadzić do wzajemnego rozwoju [www.malopolska.pl/Przedsiębiorca/iMalopolska/Strony/Klastry.aspx dostęp 29.01.2014].

Kluczowym aspektem funkcjonowania klastrów jest szereg korzyści jakie może osiągnąć podmiot wchodzący w jego skład. Klaster tworzy warunki do dynamicznego rozwoju. Dzięki wymianie doświadczeń pomiędzy należącymi do niego

przedsiębiorstwami pozwala podnosić umiejętności i kwalifikacje pracowników. Ponadto intensyfikuje istniejące relacje pomiędzy podmiotami tworzącymi klastr (np. dzięki wdrażaniu wspólnych projektów). Uczestnictwo w klastrze w znaczący sposób wzmacnia i podnosi wiarygodność firmy wobec partnerów biznesowych. Jednak za najważniejszy element można uznać fakt, iż klastr umożliwia zacieśnienie współpracy przedsiębiorstw z instytucjami naukowymi i placówkami B+R (badawczo-rozwojowymi). Współpraca ta pozwala opracowywać i wdrażać innowacyjne rozwiązania i technologie, a także transfer wiedzy z nauki do rzeczywistości gospodarczej. Takie inicjatywy pozwalają podnosić konkurencyjność produktów i usług oraz internacjonalizację uczestników.

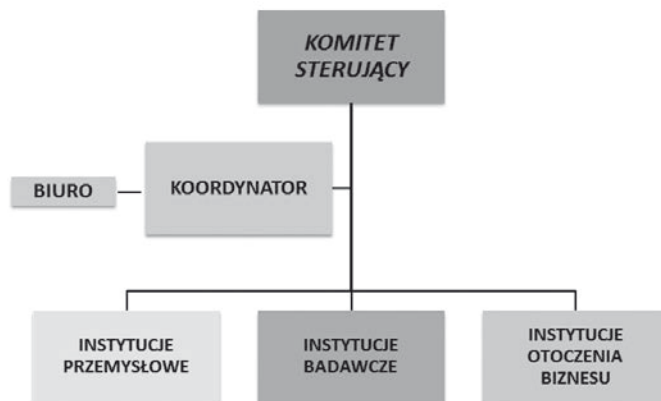
Uwzględniając formę prawną, jaką może przyjąć klastr, należy zwrócić szczególną uwagę na fakt, iż wybór formy prawnej i organizacyjnej klastra w znaczący sposób determinuje sposób jego funkcjonowania. Ponadto rzutuje ona na zakres obowiązków, zasady współpracy i odpowiedzialności poszczególnych jego uczestników. Możliwe formy prawne jakie może przyjąć klastr to: umowa o współpracy – umowa nienazwana (wynikająca z zasady swobody zawierania umów określonych w Kodeksie Cywilnym), umowa spółki cywilnej, spółdzielni, spółki prawa handlowego (w szczególności spółki kapitałowe – spółka z ograniczoną odpowiedzialnością lub spółka akcyjna), stowarzyszenie zwykle albo stowarzyszenie „rejestrowe”, a także związek pracodawców. Każda z przywołanych form pociąga za sobą pewne przywileje i ograniczenia. Biorąc pod uwagę formę prawną jaką przyjmują nowo powstające klastry, to dominuje działalność w formie stowarzyszeń, zauważa się również tendencję do zakładania klastrów w formie spółki z ograniczoną odpowiedzialnością. Taka tendencja może być efektem tego, iż działalność w formie stowarzyszeń niesie ze sobą pewne ograniczenia wynikające z ustawy o stowarzyszeniach, co może stanowić przeszkodę w sukcesywnym rozwoju danego klastra i jego orientacji rynkowej (klastr może prowadzić działalność gospodarczą, ale wszystkie wypracowane zyski jest zobowiązany przeznaczać na działalność statutową). Popularność działalności klastrów właśnie w postaci stowarzyszeń można tłumaczyć niskimi kosztami założenia oraz faktem, iż członkowie nie ponoszą odpowiedzialności majątkowej za funkcjonowanie stowarzyszenia.

Kolejnym istotnym elementem klastra jest jego struktura organizacyjna. Struktura musi być dostosowana do branży, w której ma działać klastr, postawionych celów oraz liczby i wielkości podmiotów go tworzących. To członkowie klastra podejmują decyzję o formie prawnej i strukturze organizacyjnej. Na rysunku 2. ukazano przykładową strukturę organizacyjną klastra. Najistotniejszym elementem struktury jest koordynator. To on z jednej strony powinien wytyczać ramy organizacyjne dla prowadzonych przedsięwzięć oraz wspierać swoimi umiejętnościami ich realizację. Z drugiej strony zadaniem koordynatora klastra jest

podejmowanie działań umożliwiających pogłębianie współpracy pomiędzy firmami i instytucjami go tworzącymi – budowanie zaufania, stymulowanie kontaktów itp.).

Rysunek 2

Przykładowa struktura organizacyjna klastra



Źródło: Opracowanie własne.

„Koordynator powinien być pomostem pomiędzy przedsiębiorcami, a przedstawicielami administracji publicznej i sfery nauki. Podkreślono, że rozwój klastra wymaga zarówno sprawnego koordynatora, jak i aktywności jego aktorów” [http://www.pi.gov.pl/klastry/chapter_95779.asp dostęp 30.01.2014]. Koordynatorowi podlega biuro, do którego zadań należy między innymi obsługa organizacyjna klastra, w tym prowadzenie korespondencji i organizowanie spotkań jej członków, a także przygotowanie dokumentów niezbędnych do prowadzenia działalności klastra. Biuro poza tym jest odpowiedzialne za poszukiwanie źródeł finansowania planowanych do realizacji działań i projektów oraz prowadzi sprawy administracji klastra. Z kolei komitet sterujący tworzy środowisko do podejmowania przedsięwzięć zarówno dotyczących rozwoju klastra, badań rynkowych, jak i realizowanych projektów. Należy podkreślić fakt, iż każdy klaster jest inny i każdy ma swój indywidualny charakter.

4. Klastry i wsparcie ich działalności w Polsce

„Dlaczego klastry są tak ważne w polskiej rzeczywistości? W Polsce funkcjonuje wiele przedsiębiorstw mikro, małych i średnich, którym trudno jest wyjść w swoich działaniach poza sferę lokalną czy regionalną. Wydaje się, że klastry stanowią jedno z ciekawych rozwiązań, które może zjednoczyć wysiłki grupy

przedsiębiorców, wzmocnić je poprzez znalezienie wspólnej platformy porozumienia, wspólnych celów, które wykraczają poza cele konkurencyjne” [Gulda 2008, 8]. Polscy przedsiębiorcy nadal postrzegają działalność gospodarczą przede wszystkim jako formę konkurencji w myśl zasady: inny przedsiębiorca to konkurent. Obecnie wszyscy przedsiębiorcy w ramach swobód gwarantowanych przez Unię Europejską – wolnego przepływu towarów, ludzi i usług funkcjonują w ramach jednolitego rynku europejskiego. Sytuacja taka niesie ze sobą szanse (większy popyt, rynek zbytu), ale i zagrożenia (większa konkurencja). Aby sprostać wymaganiom należy nieustannie się rozwijać i wykorzystać szansę internacjonalizacji i wyjścia poza lokalny czy regionalny rynek. Tutaj idealnie wpisuje się idea współpracy w postaci klastra, która z jednej strony pozwala zachować konkurencję między podmiotami, a z drugiej pozwala osiągać korzyści ze współpracy i dlatego takie inicjatywy należy wspierać [Gulda 2008, 8].

Wsparciem tworzenia klastrów oraz ich działalności zajmują się dwa podmioty. Pierwszym z nich jest Ministerstwo Gospodarki a drugim Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP). PARP na bieżąco prowadzi badania środowiska klastrowego w Polsce. Według przeprowadzonego w 2012 roku benchmarkingu klastrów liczba zidentyfikowanych w Polsce klastrów, inicjatyw klastrowych, powiązań kooperacyjnych wynosiła około 250 (w tym 37 faktycznie działające, realizujące projekty, zorganizowane). Na terenie województwa wielkopolskiego jest to odpowiednio około 32 podmiotów (w tym 6–7 faktycznie działających) [Materiały konferencyjne 20.11.2013].

Najwięcej klastrów – według wspomnianego Raportu – powstało w latach 2006–2009. Duży wpływ na to miała możliwość uzyskania wsparcia finansowego w ramach perspektywy budżetowej Unii Europejskiej na lata 2007–2013. Główne branże, w których działa najwięcej klastrów, to: informatyka i ICT (teleinformatyka), lotnictwo, ekoenergetyka, budownictwo, branża medyczna, turystyka oraz branża spożywcza. „Klasy uczestniczące w badaniu tworzone były głównie w ramach tzw. inicjatyw oddolnych, identyfikowanych w momencie, gdy skupiska oraz związki kooperacyjne przedsiębiorstw powstają samoistnie, a motywem powstania klastra jest aktywność własna firm lub osób fizycznych” [Hołub-Iwan 2012, 23]. Najczęściej inicjatorami powołania klastra są podmioty sektora prywatnego, a coraz większą aktywność wykazuje również sektor nauki i B+R (badawczo-rozwojowy) oraz sektor publiczny. Część klastrów powstała w wyniku inicjatywy mieszanej – przedsiębiorców i sektora publicznego oraz organizacji non-profit. Z przeprowadzonego przez PARP badania wynika ponadto, iż główną grupę członków klastrów stanowią przedsiębiorcy, wśród których większość to mikro i małe przedsiębiorstwa [Hołub-Iwan 2012, 22–28].

5. Klustry w branży rolno-spożywczej

W odniesieniu do klastrów branży spożywczej w Polsce z danych PARP wynika, iż w sektorze rolno-spożywczym funkcjonuje około 20 podmiotów, wyszczególnionych w tabeli 1. Zlokalizowane są one głównie na terenach z tradycjami rolniczymi – co jest ściśle związane z istnieniem bazy surowcowej. Najwięcej tego typu podmiotów PARP identyfikuje na terenie województwa wielkopolskiego (4 klustry i inicjatywy klastrowe) oraz na terenie województw: warmińsko-mazurskiego, podlaskiego (3 podmioty).

Wielkopolskie klustry z branży spożywczej to Centrum Innowacji i Technologii Konfekcjonowania Produktów Spożywczych – Europejskie Porozumienie Kompetencyjne, Leszczyńskie Centrum Biznesu Sp. z o.o., Klaster Spożywczy Leszczyńskie Smaki oraz Klaster Spożywczy Południowej Wielkopolski. Warto zwrócić uwagę zwłaszcza na ostatnie dwa – najprężniej działające podmioty. Klaster Spożywczy Leszczyńskie Smaki oraz Klaster Spożywczy Południowej Wielkopolski mogą stanowić wzór tego typu organizacji i wartości wypracowanej marki.

Tabela 1

Klustry i inicjatywy klastrowe zarejestrowane w branży spożywczej w Polsce

L.p.	Nazwa	Województwo
1.	Klaster Mleczarski Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie	Warmińsko-Mazurskie
2.	Stowarzyszenie Regionalnych Browarów Polskich	Warmińsko-Mazurskie
3.	Klaster Wołowy	Warmińsko-Mazurskie
4.	Podlaski Klaster Spożywczy	Podlaskie
5.	Podlaski Klaster Piekarniczy – Stowarzyszenie	Podlaskie
6.	Stowarzyszenie Klaster Spożywczy „Naturalnie z Podlasia!”	Podlaskie
7.	Lubuski Szlak Wina i Miodu	Lubuskie
8.	Centrum Innowacji i Technologii Konfekcjonowania Produktów Spożywczych – Europejskie Porozumienie Kompetencyjne	Wielkopolskie
9.	Leszczyńskie Centrum Biznesu Sp. z o.o.	Wielkopolskie
10.	Klaster Spożywczy Leszczyńskie Smaki	Wielkopolskie
11.	Klaster Spożywczy Południowej Wielkopolski	Wielkopolskie
12.	Kujawsko-Pomorski Oddział Stowarzyszenia Producentów Żywności Metodami Ekologicznymi EKOLAND	Kujawsko-Pomorskie
13.	Łódzki Klaster Warzywno-Owocowy – Zjazdowa	Łódzkie
14.	Łódzko-Mazowiecki Klaster Owocowo Warzywny	Łódzkie
15.	Pomidor z ziemi sandomierskiej	Świętokrzyskie
16.	Klaster „Dolina Ekologicznej Żywności”	Lubelskie
17.	Klaster cebularz lubelski	Lubelskie
18.	Klaster „Podkarpackie Smaki”	Podkarpackie
19.	Klaster Nutribiomed	Dolnośląskie

Źródło: Opracowanie własne na podstawie informacji PARP [<http://www.pi.gov.pl/PARP/data/klustry/index.html#nokla=13&nowoj=4>dostęp 31.01.2014].

Klaster Spożywczy Leszczyńskie Smaki powstał z inicjatywy Miasta Leszna oraz Leszczyńskiego Centrum Biznesu pod koniec 2010 roku. Liczy 27 członków – z czego 20 stanowią przedsiębiorstwa z branży spożywczej (głównie lokalni producenci żywności), 4 to Instytucje Otoczenia Biznesu, 2 jednostki naukowo-badawcze i 1 samorząd. Wszystkie te podmioty działają na terenie południowo-zachodniej Wielkopolski. „Utworzenie klastra było rezultatem prowadzenia wielomiesięcznych analiz, których wyniki wskazały na konieczność wsparcia branży przetwórstwa rolno – spożywczego, jako obszaru o kluczowym znaczeniu dla rozwoju i promocji miasta Leszna oraz regionu leszczyńskiego” [www.leszczynskiesmaki.pl dostęp 31.01.2014]. W rozwoju przedsięwzięcia duże znaczenie miało stworzenie sieci współpracy, która dzięki wykorzystaniu atutów regionu, ma pozwolić osiągnąć korzyści dla swoich członków. Wspomniane mocne strony regionu to doskonała baza surowcowa oraz duży potencjał lokalnego rolnictwa i przetwórstwa spożywczego. Misję przyświecającą działalności sprecyzowano jako: „Subregion leszczyński – współpraca dla najwyższej jakości, tradycji i nowoczesnych technologii w branży spożywczej” [www.leszczynskiesmaki.pl dostęp 31.01.2014]. Wśród celów działalności klastra wymienia się ciągle podnoszenie konkurencyjności należących do nich firm, dbanie o markę „Leszczyńskie Smaki”, jej kształtowanie, wprowadzanie i wdrażanie produktów o podwyższonej wartości, nawiązanie współpracy międzynarodowej (internacjonalizacja) oraz wzmocnienie struktury klastra. Warto zaznaczyć, iż projekt „Utworzenie sieci „Leszczyńskie Smaki” szansą wzrostu innowacyjności firm sektora spożywczego w południowo-zachodniej Wielkopolsce” uzyskał dofinansowanie w ramach Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego, Działanie 1.6 „Rozwój sieci i kooperacji”. Klaster promuje swoje produkty umieszczając na nich logo (Rysunek 2). Ma to umożliwić łatwe zidentyfikowanie produktów Klastra. Do promocji lokalnych produktów wykorzystywane jest także hasło „Wgryź się w region”. 5 grudnia 2012 roku klaster otworzył w Lesznie sklep spożywczy, w którym są dostępne wszystkie produkty członków Leszczyńskich Smaków [www.leszczynskiesmaki.pl dostęp 31.01.2014, Materiały konferencyjne 20.11.2013].

Rysunek 3

Logotyp Klastra Spożywczego Leszczyńskie Smaki



Źródło: www.leszczynskiesmaki.pl [dostęp 31.01.2014].

Kolejnym przykładem klastra działającego w przemyśle spożywczym jest Klaster Spożywczy Południowej Wielkopolski powstały 16.09.2009 roku w Kaliszu. Jego założycielami było 17 przedsiębiorstw branży rolno-spożywczej (producentów żywności oraz maszyn i urządzeń dla przemysłu rolno-spożywczego) z południowej Wielkopolski, ze szczególnym uwzględnieniem miasta Kalisza. Obecnie organizacja skupia 37 podmiotów – 26 firm, 4 Instytucje Otoczenia Biznesu, 6 jednostek naukowo badawczych oraz 1 jednostkę samorządową. Prezesem Zarządu Klastra jest Jan Kolański, właściciel Jutrzenki Colian. Celem działalności stowarzyszenia jest działalność na rzecz podnoszenia konkurencyjności należących do niego firm branży spożywczej, kreowanie i wprowadzanie nowych produktów i usług oraz propagowanie innowacji. Misją klastra „jest utworzenie w Południowej Wielkopolsce silnej i stabilnej organizacji potrafiącej sprostać każdemu wymaganiu, jakie stawiane są przed branżą rolno-spożywczą” [www.klaster.kalisz.pl dostęp 15.01.2014, Materiały konferencyjne 20.11.2013].

Podobnie jak leszczyńska inicjatywa, również Klaster Spożywczy Południowej Wielkopolski realizuje projekt finansowany z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Priorytetu I. Konkurencyjność Przedsiębiorstw – Rozwój Sieci i Kooperacji – Działanie 1.6. Tytuł projektu to „Wdrażanie nowoczesnych technologii IT oraz ITC służących podnoszeniu jakości sprzedaży, promocji oraz komunikacji w Klastrze Spożywczym Południowej Wielkopolski Stowarzyszenie w Kaliszu”. Organizacja otrzymała na ten cel wsparcie w wysokości 595 000 zł netto, co stanowi 85% całkowitych kosztów projektu. W ramach projektu dokonano zakupów urządzeń teleinformatycznych wykorzystanych do uruchomienia własnej serwerowni oraz zbudowano portal Wirtualnej Giełdy Towarowej. Z Giełdą połączone są systemy informatyczne członków klastra. Ponadto w ramach projektu opracowano także Strategię Promocji Marketingu z Programem Internacjonalizacji Klastra. W jego ramach klaster jest licznie reprezentowany na międzynarodowych targach branżowych, takich jak: „Riga Food 2011” (Ryga), „AnugaFoodtec 2012” (Kolonja), „World Food Moscow 2013” (Moskwa), Białoruś – wielobranżowa misja gospodarcza 2013 i wiele innych [Klaster Spożywczy (monografia), Materiały konferencyjne 20.11.2013.].

Funkcjonowanie klastrów poza korzyściami osiąganymi przez poszczególnych członków, niesie ze sobą również korzyści dla regionu, w którym działa dany klaster. Przekłada się to na wzrost ich atrakcyjności – regiony te są postrzegane przez potencjalnych partnerów biznesowych, nowych inwestorów jako bardziej innowacyjne. „Funkcjonowanie klastrów wzbudza tendencję kreowania i wykorzystywania nowych rozwiązań, co znacząco wpływa na pozycję konkurencyjną regionu” [Łaźniewska, Gorynia 2012, 103].

6. Przyszłość klastrów

Jednym z instrumentów wsparcia innowacyjności w przyszłej perspektywie finansowej na lata 2014–2020 jest wzmocnienie i rozwój klastrów. Zakłada się, iż głównym celem przyszłych działań powinno być wzmocnienie innowacyjności i konkurencyjności polskiej gospodarki w oparciu o intensyfikację współpracy, interakcji i przepływów wiedzy w ramach klastrów oraz wspieranie rozwoju strategicznych specjalizacji gospodarczych. Tak sprecyzowana polityka wsparcia integracji przewiduje dwa kierunki oddziaływania. Pierwszy z nich zakłada szerokie wspieranie istniejących i tworzących się klastrów poprzez dofinansowanie (głównie z poziomu regionalnego) koordynatorów klastrów, w tym prowadzonych przez nich inicjatyw klastrowych. W ten sposób zapewnione zostanie funkcjonowanie instytucji pełniących kluczową rolę dla rozwoju współpracy, interakcji i przepływów wiedzy w ramach skupisk działalności gospodarczej, a tym samym podnoszenia ich konkurencyjności i innowacyjności. Drugi zakłada zintegrowanie istniejącego wsparcia publicznego wokół wybranych klastrów o kluczowym znaczeniu i potencjale dla gospodarki (wspieranie centralne) i poszczególnych klastrów (wsparcie regionalne), wpisujących się w inteligentne specjalizacje [Dzierżanowski 2012, 11].

7. Podsumowanie i wnioski

Z powyższych rozważań wynika, iż w Polsce rośnie zainteresowanie tematyką klasteringu, a w ostatnich latach nastąpił także dynamiczny przyrost liczby klastrów i inicjatyw klastrowych. Jest to głównie efektem możliwości uzyskania dofinansowania na rzecz budowy (i funkcjonowania) takiego podmiotu, oraz nieustannie wzrastająca świadomość przedsiębiorców, pracowników jednostek badawczo-rozwojowych, a także przedstawicieli samorządów. Klaster może stanowić doskonałą formę rozwoju jego członków poprzez współpracę i konkurencję (kooperację). Jest to także pole transferu wiedzy z nauki (jednostki B+R) do praktyki (przedsiębiorców) oraz wprowadzania tak pożądaných innowacji. Wskazane i omówione korzyści wskazują, iż przynależność do klastra może być możliwą drogą rozwoju dla podmiotów z branży rolno-spożywczej. Przykładem mogą być przybliżone w opracowaniu dwa podmioty: Klaster Spożywczy Leszczyńskie Smaki oraz Klaster Spożywczy Południowej Wielkopolski.

Możliwość uzyskania dofinansowania na założenie nowego klastra bądź rozwój działalności klastrów w ramach Programów Operacyjnych na lata 2014–2020 (takich jak: Inteligentny Rozwój, Polska Wschodnia, czy Regionalne Programy Operacyjne) sprawia, że zainteresowanie ideą klasteringu w nowej perspektywie budżetowej będzie systematycznie rosnąć.

LITERATURA:

1. Bobrecka-Jamro D. (red)(2008): Klasy w agrobiznesie: uwarunkowania funkcjonowania i wpływ na rozwój lokalnej przedsiębiorczości, Wydawnictwo Difin, Warszawa.
2. Brodzicki T., Kuczevska J. (2012): Klasy i polityka klastrowa w Polsce. Konkurencyjność przedsiębiorstw, sektorów i regionów, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk.
3. Cygler J. (2009): Kooperacja przedsiębiorstw. Czynniki sektorowe i korporacyjne, Oficyna Wydawnicza Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, Warszawa.
4. Dzierżanowski M. (red) (2012): Kierunki i założenia polityki klastrowej w Polsce do 2020 roku, Rekomendacje Grupy roboczej ds. polityki klastrowej, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa.
5. Gulda K. (2008): Klasy jako szansa dla przedsiębiorczości [w] Wspieranie rozwoju klastrów w Polsce i zagranicą – doświadczenia i wyzwania, Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Gdańsk.
6. Hołub-Iwan J. (red) (2012): Benchmarking klastrów w Polsce – edycja 2012, Raport z badania, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa.
7. Klaster Spożywczy Południowej Wielkopolski Stowarzyszenie w Kaliszu (Monografia).
8. Łażniewska E., Gorynia M. (2012): Konkurencyjność regionalna. Koncepcje – strategie – przykłady, Wydawnictwo naukowe PWN, Warszawa.
9. Materiały konferencyjne z konferencji „Klaster – nowe możliwości rozwoju firm”, Kalisz, 20.11.2013.
10. Pilarska C. (2013): Klasy Doświadczenia Polski i innych krajów Unii Europejskiej, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków.
11. Porter M. (1990): Konkurencyjna przewaga narodów, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
12. 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).
13. <http://leszczynskiesmaki.pl> [dostęp 31.01.2014].
14. http://www.pi.gov.pl/klastry/chapter_95779.asp [dostęp 30.01.2014]).
15. www.klaster.kalisz.pl [dostęp 15.01.2014].
16. www.malopolska.pl/Przedsiębiorca/iMalopolska/Strony/Klastry.aspx [dostęp 29.01.2014].

KRZYSZTOF ŻOK

**KLASTER JAKO MOŻLIWA DROGA ROZWOJU PODMIOTÓW
BRANŻY ROLNO-SPOŻYWCZEJ NA PRZYKŁADZIE WIELKOPOLSKI**

Słowa kluczowe: *klastry, klastering, współpraca w branży rolno-spożywczej, województwo wielkopolskie*

STRESZCZENIE

Opracowanie jest próbą omówienia idei klasteringu oraz działalności klastrów. W Polsce, w ostatnich latach nastąpił dynamiczny przyrost ich liczby. Główną rolą klastrów jest rozwój jego członków poprzez współpracę i konkurencję, transfer wiedzy oraz internacjonalizacja uczestników i wdrażanie rozwiązań innowacyjnych. Umacnianie pozycji rynkowej jest możliwe poprzez organizowanie się w silne podmioty o międzynarodowym zasięgu, a osiągnąć to można między innymi poprzez przynależność do klastra. W artykule omówiona została także sytuacja klastrów działających w branży rolno-spożywczej, ze szczególnym uwzględnieniem dwóch wiodących podmiotów z województwa wielkopolskiego. Klaster Spożywczy Leszczyńskie Smaki oraz Klaster Spożywczy Południowej Wielkopolski stanowią przykład jak można rozwijać się, budować silną markę, właśnie dzięki działalności w klastrze.

KRZYSZTOF ŻOK

**CLUSTER AS A POSSIBLE WAY OF DEVELOPMENT FOR AGRICULTURE AND FOOD
INDUSTRY SECTOR ON EXAMPLE OF WIELKOPOLSKA REGION**

Keywords: *cluster, clustering, co-operation within the agriculture and food industry sector, Wielkopolska region*

SUMMARY

This elaboration is an attempt to discuss the idea of clustering and cluster activities. There has been a rapid increase of the number of clusters in Poland, in recent years. The main role of clusters is development of their members through co-operation and competition, knowledge transfer, internationalization of participants and implementation of innovative solutions. Strengthening the market position is possible by organizing in form of strong entities with an international reach, which is possible, inter alia, through belonging to the cluster. The article also describes the situation of clusters in the agri-food sector, with particular emphasis on the two leading actors of the Wielkopolska region. Food Cluster „Leszczyńskie Smaki” („Leszno Flavors”) and „Food Cluster of Southern-Wielkopolska” are good examples of how to develop, build strong brand, thanks to the activities within the cluster.

e-mail: k.zok@cdr.gov.pl