

Sodelovanje in konkurenca - grozdi

avtorica **Barbara RODICA**

□ Poznamo različne definicije oziroma opredelitve grozdov. V članku je poudarjeno, da so osnovni motivi za sodelovanje podjetij v grozdu predvsem v pridobivanju konkurenčnih prednosti. Predstavljene so politike za spodbujanje grozdov med državami. Sledi kratak pregled razvoja, predstavitev nekaterih rezultatov in mnenj po prvi fazi razvoja pilotskih projektov grozdov v Sloveniji.

UVOD

Globalizacija v svetu spreminja staro podobo sveta. Ob tem se spreminjajo tudi človekove potrebe, pričakovanja, zahteve in posledično navade. Danes je potreba po povezovanju opazna na vseh področjih človekove dejavnosti, še posebej pa v dinamičnem poslovnem svetu. Odgovor na nastalo situacijo je današnji ekonomski zemljevid, na katerem prevladujejo grozdi. Grozdi se pojavljajo na različnih področjih, kot so ekonomija, računalništvo, statistika, astronomija ... Osnovni motivi za sodelovanje podjetij v grozdu so predvsem v pridobivanju konkurenčnih prednosti, ki jih podjetja v grozdu pridobijo na osnovi: geografske koncentracije, zniževanja transakcijskih stroškov, hitrejšega prenosa sposobnosti in veščin med podjetji, pridobivanja novih znanj in zmanjševanja vstopnih ovir na nove trge. Poznamo

različne definicije oziroma opredelitve grozdov, ki jih bom v nadaljevanju predstavila.

TEORETIČNA OPREDELITEV GROZDA

Grozd (angl. cluster) je opredeljen kot gospodarsko omrežje močno soodvisnih podjetij in vključuje: proizvajalce končnih izdelkov ali ponudnike storitev, specializirane dobavitelje in raziskovalne organizacije (fakultete, razvojne inštitute) ter vladne in druge organizacije. Koncept grozdov presega meje industrijskih panog, saj je usmerjen tako na horizontalne kot vertikalne povezave različnih podjetij, na njihovo soodvisnost v verigi vrednosti tako pri proizvodnji, storitvah in v postopku inovacij, zasnovanih na sinergijskih učinkih. S povezavo podjetij in podpornih institucij v grozd se med udeleženci razvije visoka stopnja sodelovanja in zaupanja ter na drugi strani tudi konkurenca. Grozd zato hitro napreduje in se razvija, zaradi česar podjetjem v grozdu pogosto uspe, da razvijejo mednarodne konkurenčne prednosti in postanejo tržni vodja v vsaj eni globalni tržni niši.

Po Porterju je grozd geografska koncentracija medsebojno povezanih podjetij. Grozd vključuje povezana podjetja iz različnih dejavnosti in druge enote, ki so pomembne z vidika konkurenčnosti. Grozd vključuje na primer specializirane dobavitelje,

ponudnike storitev, podjetja v povezanih industrijah ter tudi vladne in druge ustanove (na primer univerze, agencije za standardizacijo in trgovska združenja). V grozdu se oblikujejo konkurenčne prednosti, ki izhajajo iz lokalnih značilnosti, kot so unikatna znanja, medsebojni odnosi in motivacija, ki pa jih oddaljeni tekmeci težko posnemajo (Porter, 1998, str. 77-79). Organizacija za gospodarsko sodelovanje in razvoj (OECD) pa opredeljuje grozde kot inovacijski sistem.

Enoznačne opredelitve grozda ni, saj se definicije prilagajajo stanju v gospodarstvu, ki ga opazujemo (velikost gospodarstva, lokacijska bližina podjetij, produkcijski faktorji, podporne in sorodne panoge). Najbolj značilno za podjetja v grozdu je, da med njimi obstajajo številne povezave, izmenjave znanja in tehnologij ter pozitivne eksternalije. Večina povezav je sicer ekonomskega pomena, vendar pa ne smemo zanemariti socialnih vplivov in koristi za okolje. Da bi ugotovili, ali gre za grozd, so bistvene predvsem tri značilnosti, in sicer: da podjetja sodelujejo, da obstajajo eksternalije in da obstajajo sinergije, ne le enostranske povezave. Sodelovanje med podjetji pa še ne pomeni, da obstajajo grozdi. Za razvoj grozda je potrebno precej časa, aktivno sodelovanje vseh udeleženi in ustrezno razvito podporno okolje. Kot navaja prof. dr. Marko Jaklič z ljubljanske ekonomske fakultete, je bistvo povezovanja v grozde hkratno sodelovanje in konkurenca sorodnih ter podpornih podjetij in podpornih institucij na geografsko zaokroženem prostoru, pri čemer podjetja, povezana v grozd, dosegajo konkurenčne prednosti, ko so: izboljšana kakovost izdelkov, hitrejša rast na osnovi tehnološkega razvoja (znotraj grozda se ustvari okolje, ki močno spodbuja inovacije ter akumulacijo človeškega in socialnega kapitala), višji donosi, nižji tran-

sakcijski stroški, prednosti prvega ponudnika (ta položaj nudi podjetju stroškovno konkurenčno prednost pred drugimi ponudniki, ki bi sicer lahko zagotovili enake proizvode ali storitve) in prednosti zaradi učenja oziroma izobraževanja.

Dolgoročno je konkurenčnost gospodarstva odvisna od sposobnosti panoge in podjetij, da nadgrajujejo znanje in razvijajo nove tehnologije. To podjetja dosežejo s povezovanjem v grozde, saj se zaradi spleta konkurence in sodelovanja med podjetji ustvarja edinstveno znanje. Grozd omogoča, da podjetja hitreje in bolje zaznajo priložnosti za inovacije in se nanje hitro odzovejo. Inovacije posledično povečujejo produktivnost, ki je nujno potrebna za dvig življenjskega standarda (Jaklič M., 2002, str. 5).

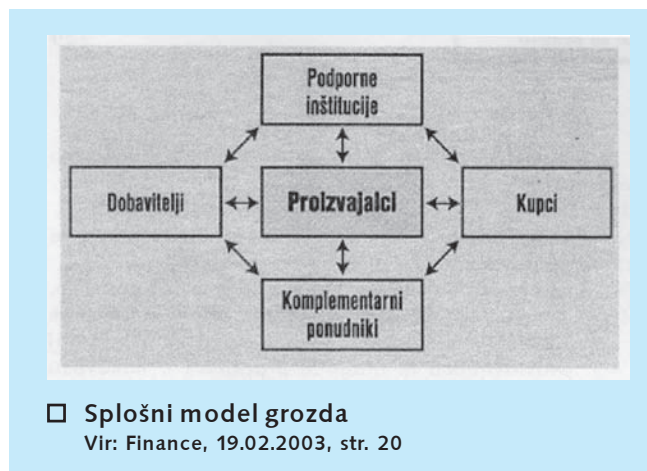
Prav tako kot Jaklič tudi Nidorfer poudrja, da je za grozde značilno, da se razvijajo počasi, saj takšne povezave zahtevajo veliko zaupanje med partnerji, dober sistem komunikacije in predvsem jasen skupni interes in cilj med vsemi udeleženci (Nidorfer, 25.01.2001, str. 24).

PODOBNOŠTI POLITIK K SPODBUJANJU GROZDOV MED DRŽAVAMI

Pristopi politik k razvoju grozdov se med državami razlikujejo, kar je posledica različnih poslovnih okolij, kulturnih in institucionalnih okvirov in sistema vladanja. Nekatere države imajo bolj ali manj jasne nacionalne politike grozdov, ki na različne načine spodbujajo nastanek grozdov na nacionalni in regionalni ravni (Belgija, Danska, Francija, Anglija ...). Druge države uporabljajo posebne regionalne instru-

mente za spodbujanje grozdov, ki so večinoma del inovacijske, tehnološke ali regionalne politike (Avstrija, Nemčija, Italija ...).

Kljub temu da se pristopi k razvoju



□ Splošni model grozda
Vir: Finance, 19.02.2003, str. 20

grozdov med državami razlikujejo, pa imajo kar nekaj skupnih značilnosti:

- Politike za spodbujanje grozdov pogosto poudarjajo pomen globalne konkurenčnosti v novi ekonomiji.
- Politike temeljijo na izboljšanjem sodelovanju, ki pogosto zahteva spodbujanje socialnih procesov.
- Politike poudarjajo povezovanje podjetij s tehnološko in znanstveno infrastrukturo ter na ta način uvajajo nove tehnologije v regionalna omrežja malih in srednjih podjetij.
- Politike poudarjajo pomen javnih organizacij, ki imajo nato v grozdu vlogo neodvisnega koordinatorja med člani grozda.
- Vse politike izpostavljajo potrebo po boljši sposobnosti inoviranja in upravljanju znanja ter zato poskušajo izboljšati interaktivni proces učenja med podjetji in njihovim okoljem.
- Omenjene politike so vse osredo-

točene na spodbujanje ustvarjenih in specializiranih proizvodnih faktorjev.

- Nekatere od politik izpostavljajo potrebo, da je dosežena kritična masa značilnosti grozda, če želimo, da bo intervencija uspešna.

Politika spodbujanja grozdov ni edini način za razvoj konkurenčnosti znotraj panoge in gospodarstva, čeprav so njeni instrumenti zelo učinkoviti. Pogosto je spodbujanje grozdov tudi sestavni del politik na drugih področjih (Jaklič M., 2002, str. 7, 8).

PRVA FAZA PILOTSKIH PROJEKTOV V SLOVENIJI

Leta 2000 so v povzetku študije o možnostih razvoja grozdov v Sloveniji opredelili potencialne grozde v inovativnih proizvodno storitvenih sistemih (potencialni grozd avtomobilske industrije, gospodinjstskih aparatov, gradbeništva, električno optične industrije, transporta in zvez, informacijsko intenzivnega sistema) in druge proizvodno-storitvene sisteme, ki so kazali značilnosti potencialnih grozdov (sistem lesnopohištvene industrije, tekstilni sistem, turizem, kemija in farmacija).

Leta 2001 so se začeli v Sloveniji razvijati avtomobilski, orodjarski in transportno-logistični grozdi (cluster) - nekapitalske povezave podjetij, raziskovanih institucij, univerze in ministrstva, da bi spodbudili konkurenčni razvoj znanja in večjo moč. Ob tem so potekale številne aktivnosti prve faze pilotskih projektov.

Razvoj grozdov je finančno podprlo ministrstvo za gospodarstvo, vključene organizacije pa so prispevale kadre ter vložile čas in denar. Samo v strateški razvoj avtomobilskega grozda je bilo vključenih 28 vodilnih managerjev sodelujočih podjetij in institucij, v projekte pa več kot 50 vodstvenih in visoko strokovnih kadrov. K pilotskim projektom so pristopile različne velike organizacije z različnimi kulturami, pričakovanji, interesi in cilji, ki jih je bilo treba spoznati in oblikovati skupno strategijo bodočega grozda. Pri vseh treh projektih se je izkazalo, da je za oblikovanje skupne strategije potrebna neka nevtralna organizacija, ki ji zaupajo vsi člani.

Splošno mnenje udeležencev v avtomobilskem grozdu je, da je proces razvoja grozda normalen (počasen) in da udeleženci potrebujejo čas za spoznavanje in postopno izgradnjo potrebnega znanja, infrastrukture in zaupanja za zahtevnejše skupne projekte. Tisti, ki pri projektu sodelujejo intenzivneje, menijo, da je bilo v dveh letih opravljenega ogromno organizacijskega dela. Ocenjujejo, da je potencial grozda glede članstva v Sloveniji okoli 70 do 80 večjih in srednjih podjetij ter še večje število manjših podjetij. Prav tako menijo, da so možni dodatni člani s področja podpornih dejavnosti in institucij. Nekateri pogrešajo predvsem elektro fakulteto. Politika članarine je taka, da takšno "odprtost" dejansko tudi omogoča. Trenutna članarina je 2000 evrov za velika podjetja, 1000 evrov za srednja podjetja in 500 evrov za mala podjetja. Pristopnina za nove člane trenutno znaša 2,5-kratnik letne članarine. (Jaklič M., 2002, str. 16). Vsi skupni projekti že tečejo, vendar si večina želi, da bi bil razvoj na njih še hitrejši. Omenjajo predvsem zaostanek pri promociji in informatiki, medtem ko naj bi na primer skupno izobraževanje potekalo že zelo zadovoljivo

(prek 1.000 udeležencev). Vsi tudi menijo, da so to tisti pravi skupni projekti. Menijo, da bo stanje na teh projektih do konca leta 2003 zadovoljivo (Jaklič M., 2002, str. 17). Udeleženci si želijo si hitrejšo uresničevanje posebnih (posamezne skupine udeležencev) poslovnih projektov. Menijo, da se bo smiselnost udeležbe v grozdu pokazala le v primeru, če bodo v resnici sposobni ustvarjati "virtualna" ali dejanska skupna podjetja. Tudi tisti udeleženci, ki v grozdu še ne sodelujejo, izražajo interes za sodelovanje na konkretnih poslovnih projektih, izražajo pa dvom, ali je potrebna skupna pisarna oziroma skupna infrastruktura (skupni projekti). Predvsem manjša podjetja menijo, da je skupna organizacija (okostje) nujno potrebna, da pa mora biti ustrezno "podjetniško" vodena in da je za njeno dokazovanje potrebna določena "potrpežljivost". Izražajo pa pomisleke v zvezi s financiranjem v prihodnosti, če bo članarine za njih previsoka (Jaklič M., 2002, str. 17).

Kot ocenjuje Dermastia, je ključni element pri grozdenju pospeševanje inovativnosti, to je, da spravimo dobre poslovne ideje na trg. Na tem področju je Slovenija še precej šibka. Potrebno bo sodelovanje z univerzo in raziskovalnimi institucijami. Teorija in praksa kažeta, da sta inovativnost in znanje bistvena za razvoj podjetja. Povečevanje konkurenčne sposobnosti podjetja je najbolj odvisno od povečanja konkurenčne sposobnosti okolja.

V Sloveniji so grozdi pomemben del razvojnih spodbud ministrstva za gospodarstvo. Grozdenje vidijo kot orodje za doseganje konkurenčne prednosti podjetij v grozdu, in sicer za izboljšanje produktivnosti, pospeševanje inovativnosti podjetij, pospeševanje komercializacije inovacij ter za mala in srednja podjetja kombinacijo majhnih prednosti za koristi velikega

obsega. Cilj razvojnih spodbud je pospešiti lokalni proces inovativnosti z razvojem unikatnega slovenskega znanja in vpeti slovenske grozde v mednarodne mreže/grozde. Prihodnost pa bo pokazala, ali nam bo zastavljeni cilj uspelo uresničiti, saj bodo inovacije odločilne pri tem, ali bo Slovenija, ko se bo priključila EU, njen enakopravni partner.

SKLEP

Danes prinašajo grozdi razvitim državam konkurenčne prednosti. Zaradi možnosti, da bo delovanje grozdov oblikovalo konkurenčne prednosti, saj se v okrožju grozda podjetij oblikuje unikatno znanje, ki ga drugi težko posnemajo, obstaja tako tudi za slovenske grozde možnost, da podjetjem v grozdu uspe, da razvijejo mednarodne konkurenčne prednosti in postanejo tržni vodja v vsaj eni globalni tržni niši. Vendar je potrebno kot navajajo člani grozdov, čimprej doseči odmeven uspeh vsaj na enem poslovnem projektu, ki bi spodbudil delovanje v grozdu in privabil nova podjetja. □

literatura

- Dervenšek M.:** Brez zaupanja ni grozda, ITEO relacije, Ljubljana 7 (2001), 4, str. 7
- Ferjančič I.:** Prihodnost mizarjev je v povezovanju, Lesarski utrip, Ljubljana, 7 (2001), str. 11
- Jaklič M.:** Evalvacija razvoja pilotnih grozdov v Sloveniji, Ljubljana, 2002, 72 str.
- Križnič A.:** Prvi trije grozdi kažejo na dober letnik, Manager, šte. 2, 15.02.2002, str. 39
- Munih T.:** Značilnosti finskih, evropskih in potencialnih slovenskih grozdov gozdarstva ter ostalih industrij, Ljubljana 2002, str. 53
- Nidorfer M.:** Povezovanje: nastajajo prvi trije grozdi, GV, šte.4, 25.01.2001, str. 24
- N.:** Bistvo grozdenja, Finance, 19.02.2003, str.20
- Planinc D.:** Moč podjetniških grozdov, GV, šte.25, 24.06.2002, str. 94
- Porter Michael E.:** Clusters and the new economics of competition. Harvard Business Review, Boston, 76 (1998), str. 77-90
- S.P.:** V grozdu tretjina lesarjev, Finance, šte. 207, 28.10.2002, str. 18
- Štinek T.:** Marca oddaja prijav na razpise za spodbujanje grozdov, Finance, šte. 38, 25.02.2003, str. 8