

EVOLUȚIA CONCEȚIEI DESPRE CLUSTERELE ECONOMICE ȘI AVANTAJELE CLUSTERIZĂRII

*Conf. univ. dr., Mariana PRODAN,
Catedra GEDG, ASEM*

Rezumat. *Clusterizarea este una din tendințele cele mai frecvent întâlnite în economiile dezvoltate moderne, aceasta datorită faptului că formarea clusterelor creează premise în plus pentru modernizarea și eficientizarea tuturor proceselor economice.*

Concepția despre clusterelor economice. Competiția globală a evoluat de la competiția dintre întreprinderi la competiția dintre regiuni. În acest context, clusterelor joacă un rol important de poli de concentrare a competențelor. Inițiativele de tip cluster reprezintă eforturi concentrate pentru creșterea bunăstării și a competitivității dintr-o anumită regiune, incluzând companii, administrația locală, societăți de cercetare și de instruire. Deși fenomenul de cluster apare în mod spontan, ca o reacție la cerințele pieței și valorificare a interconexiunilor dintre firme, totuși, evoluția sa este puternic influențată de politicile promovate de guverne. Pe baza dezvoltării rapide a clusterelor, apare în practică un paradox: avantajele concurențiale de durată în cazul economiei globale sunt legate, din ce în ce mai mult, de aspecte ce se manifestă pe plan local – cunoștințe, relații, legături, motivare – care nu sunt la îndemâna competitorilor dispersați geografic. Formarea clusterelor și dezvoltarea acestora sunt văzute, în prezent, ca niște piloni centrali ai dezvoltării locale. Ineficiența rezultatelor locale este datorată, de cele mai multe ori, faptului că politicile guvernamentale și implicit și cele locale nu sunt focalizate asupra unor clusterelor economice. Pe de altă parte, inițiativele de formare a clusterelor necesită implementarea unor strategii bazate pe logica economică. Existența clusterelor nu este un fenomen economic nou.

Conceptul clusterului dispune de o lungă istorie, începând cu prima mențiune făcută de Alfred Marshall, în anul 1920. Adept al școlii economice neoclasice, Marshall a observat și analizat spațiul economic

din jurul Londrei și a ajuns la concluzia că organizațiile și companiile din această zonă erau interconectate prin trei factori principali. Aceștia sunt bazinul de forță de muncă, furnizorii specializați și accesul ușor la cunoștințe și informații, fiind cunoscuți sub denumirea de „treimea lui Marshall”. În procesul de definire a clusterului, putem afirma că nu există o definiție unitară. Începând cu anii '50, termenul a devenit actual și a fost dezbătut de specialiști din științele regionale, arhitectură, urbanism, economia regională și urbană, științe politice. Majoritatea au definit clusterul, au evidențiat factorii care influențează apariția clusterelor, efectele negative și pozitive ale unui cluster într-o regiune. De exemplu, urbanistii consideră că orașul joacă un rol major în formarea clusterelor, iar specialiștii în economia regională afirmă că factorii economici, ca localizarea, transportul, infrastructura sau forța de muncă, influențează evoluția clusterelor. Mai departe, definiția dată de Michael Porter, în anii '80, este cea mai răspândită, dar nu și unanim acceptată. Porter descrie un „diamant al avantajului competitiv”, care trebuie să constituie baza oricărui cluster. Elementele principale ale diamantului sunt formate din factorii de producție (forță de muncă specializată), cerere (aceasta influențează inovarea în întreprindere), sectoarele interdependente și de suport (datorită rețelei de furnizori, distanța dintre aceștia și producători se scurtează), strategia, structura și competitorii întreprinderii (pentru a rămâne competitivă, întreprinderea este forțată să se upgradeze și să investească încontinuu) (Porter, 1998). Alți autori consideră că definiția dată de Porter este statică și nu ține cont de dinamismul afacerilor de tip spin-out, de networking sau de afacerile focalizate pe proiecte sau, chiar că Porter a contribuit la confuzia privind termenul de cluster pentru că, la început, acesta definea clusterul ca o formă de asociere între industrii (în interiorul unei țări), iar după anul 2000, ia în calcul și componenta proximității geografice. La începutul anilor '90, politicienii au recunoscut preocupările în recunoașterea și susținerea clusterelor, afirmând că acestea nu sunt simple aglomerări de afaceri, de întreprinderi, ci o platformă pentru inovare. „Inovarea este, preponderent, concentrată geografic, mai mult decât prosperitatea sau productivitatea. Clusterelor – concentrări

geografice, unde se găsesc întreprinderi specializate și instituții interconectate – furnizează un mediu favorabil inovării... Acestea reduc barierele în transformarea noilor idei în afaceri profitând de avantajele globalizării” (European Cluster Memorandum, 2007, p. 2). Dar chiar și cu această recunoaștere, clusterelor sunt încă privite ca parte a politicii industriale sau de inovare, a politicii pentru competitivitate sau învățământul superior și nu beneficiază de o politică de sine stătătoare. Clusterelor sunt concentrații geografice cuprinzând întreprinderi, universități și institute de cercetare, precum și autorități locale sau regionale și, datorită acestui fapt, acestea atrag furnizori specializați, pot selecta dintr-un bazin de forță de muncă, au acces la informații. Prin facilitarea acestui dinamism al forței de muncă, al specializării și al schimbului de informații, toate tipurile de întreprinderi pot beneficia de potențialul local de inovare, se încurajează antreprenoriatul, precum și creșterea productivității, a salariilor și a numărului de locuri de muncă. Clusterelor sunt caracterizate printr-o organizare flexibilă, fiecare membru îndeplinește anumite activități, are un rol stabilit în funcție de strategia clusterului și de cerințele pieței. Clusterelor au fost privite ca un instrument de promovare și susținere a competitivității, a inovării, a creșterii la toate nivelurile (local, regional și național). În majoritatea cazurilor, inițiativa de asociere într-un cluster a influențat strategia întreprinderii, a îmbunătățit competitivitatea acesteia, pentru că a crescut valoarea adăugată furnizată, iar autoritățile și-au regândit politicile publice și au analizat totul din noua perspectivă a economiei regionale. Dacă ne referim la gândirea privind clusterelor, constatăm că, în literatura economică, există mai multe tipuri de cluster. Așa cum am afirmat, nu există o definiție unitară a clusterelor, prin urmare, în practică, se identifică tipuri diferite de aglomerări economice toate autointitulându-se cluster. Markusen (1996) a realizat prima clasificare a clusterelor pe baza mărimii și a identificat (1) clusterul de tip „Marshallian” (întreprinderi mici și mijlocii, cu relații puternice, dependente de sinergiile produse de cluster), (2) „Hub and spoke” (membrii sunt o mare companie și numeroase întreprinderi mici furnizoare de servicii suport, compania mare stabilește condițiile de

cooperare), (3) „Satellite platforms” (membrii săi sunt filiale ale unor întreprinderi mari și mijlocii cu o cooperare minimă între ele), (4) „State-anchored” (sunt formate de companii de stat, au relații cu furnizori specializați, dezvoltarea lor este dependentă de finanțarea serviciilor publice). Pe baza criteriului și specificului geografic, au fost identificate și alte tipuri de clustere, precum clustere italienești, americane, latino-americane, europene (Meyer-Stamer, Harnes-Liedtke, 2005), dar, la o analiză mai atentă, observăm că acestea au caracteristici sau combinații de caracteristici din tipologia lui Markusen. Revenind la clusterelor inovative, literatura de specialitate (Simmie, Semmet, 1999, OECD, 2001) arată că acest termen este echivalent cu cel al clusterului industrial sau inițiativă de tip cluster. În practică, se înțelege concentrarea de întreprinderi, furnizori, instituții asociate, autorități locale și regionale, toate aflate într-o rețea interconectată cu specificarea că întreprinderile beneficiază de un mediu inovator.

Cercetătorii au generalizat 6 obiective de bază ale clusterizării (figura 1.1).

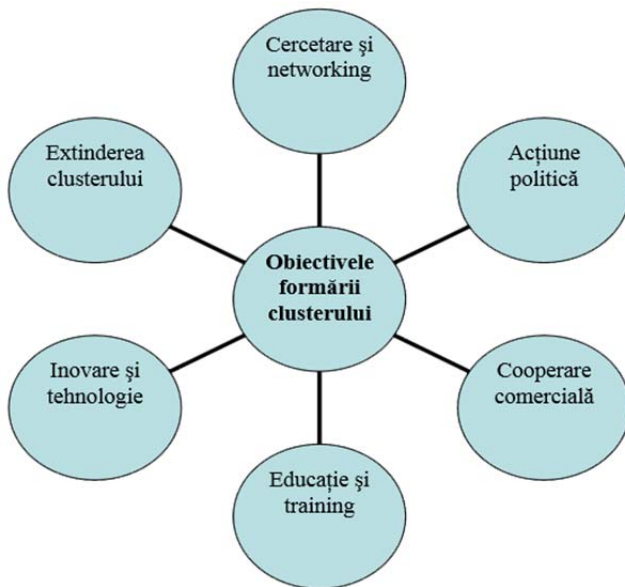


Figura 1.1. Obiectivele de bază ale clusterizării

a) Cercetare și networking;

Multe inițiative de formare a clusterelor cuprind informare, schimb de informații în cadrul unor seminarii, invitarea unor specialiști, crearea de pagini web.

b) Acțiunea politică;

Activitatea de lobby și crearea cadrului de dialog între industrie, comunitatea științifică și autoritățile locale reprezintă un alt grup important de obiective.

c) Cooperarea comercială;

Cooperarea comercială include un număr de obiective, de pildă, achiziții comune, asistență în afaceri, consultanță pentru marketing și promovarea exporturilor.

d) Educație și training;

Educația și trainingul cuprind, de exemplu, trainingul forței de muncă și instruirea managerilor.

e) Inovare și tehnologie;

Inițiativele de formare a clusterelor pot facilita îmbunătățirea procesului de inovare și a transferului de tehnologie. Astfel, se pot defini noi standarde, pentru transferul noilor tehnologii și pentru îmbunătățirea procesului de producție.

f) Extinderea clusterului.

Multe inițiative de formare a clusterelor au drept obiectiv dezvoltarea unei anumite regiuni prin promovarea unui anumit brand și a investițiilor străine directe în regiune. De asemenea, extinderea clusterelor include și serviciile asociate incubatoarelor și promovarea firmelor spin-off.

Avantajele clusterelor. Principalul instrument teoretic utilizat de Porter (2000, p.16), care explică sursa avantajului competitiv local este „diamantul competitivității”. Partea centrală a diamantului este dată de dinamica contextului local accentuată prin competitivitatea locală. Celelalte forțe ale acestui model sunt considerate rivalitatea dintre întreprinderi, condițiile cererii, industriile suport și factorii primari de producție (inputul local). Interacțiunile dintre diferitele componente ale diamantului sunt cele care generează avantajul competitiv al clusterului.

Conform acestui model, rolul autorităților locale este de a contribui la intensificarea relațiilor dintre factori. Porter face distincția dintre politicile care contribuie la extinderea clusterului (de exemplu, atragerea de furnizori de produse sau de servicii din zonele învecinate) și cele care sunt axate pe creșterea competitivității clusterului (de exemplu, crearea de programe educaționale specializate – figura 1.2). Modelul lui Porter dezvoltă, în primul rând, ideea că aceste clusteruri sunt o sursă de creștere a competitivității. Acest lucru se bazează pe un mix de politici specifice fiecărui cluster. Astfel, clusterurile oferă o serie de avantaje pe care le analizăm din perspectiva organizațiilor care intenționează să se integreze într-o structură organizațională de acest tip. Beneficiile economice, pe care le generează clusterurile, servesc atât membrilor clusterului, cât și interesului public, întrucât eficiența, nivelul de inovație și de formare profesională ating cote superioare.

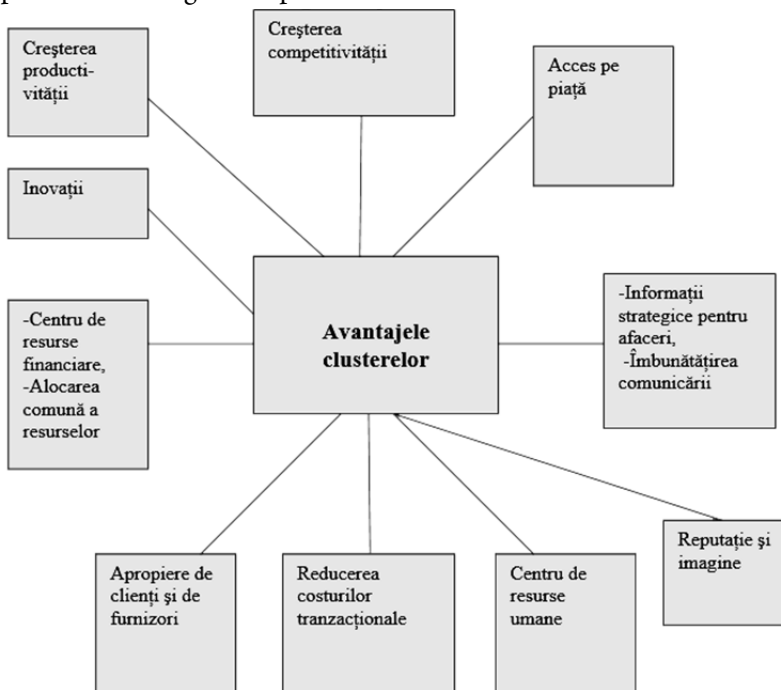


Figura 1.2. Avantajele clusterelor

În țările dezvoltate, o serie de studii au prezentat beneficiile asociate clusterelor. Studii similare au fost elaborate și pentru țările în curs de dezvoltare. Astfel, principalele beneficii ale organizării de tip cluster sunt următoarele: inovațiile, accesul pe piață, infrastructura, resursele umane, resursele financiare, proximitatea, reducerea costurilor tranzacționale și îmbunătățirea imaginii.

a. *Inovațiile și valoarea adăugată.* Din perspectiva inovațiilor, clusterul reprezintă o strategie de promovare a măsurilor inovative în afaceri pentru îmbunătățirea competitivității și asigurarea supraviețuirii întreprinderilor pe piața globală (Chang Y.,C. ș.a. 2008, 343). Mai multe argumente sprijină teza conform căreia inovarea și valoarea adăugată tind să fie conectate cu clusterelor. Acestea presupun următoarele: - necesitatea reducerii treptate a incertitudinii tehnice și economice; - necesitatea interacțiunii repetate și chiar continue între companii și instituțiile specializate (inclusiv cele de cercetare și de instruire), - necesitatea contactului direct între organizații în procesul de creare și transfer de cunoștințe (Giuliani, Bell, 2005, 49). În general, clusterelor nu sunt caracterizate de avantaje de scală, ci mai mult de capacitatea de inovare continuă, precum și de cea de îmbunătățire a bunurilor și serviciilor, de procesul de creștere a specializării și de perfecționare a capitalului uman. Ca urmare a intensificării competiției, întreprinderile din clusterelor trebuie să inoveze, să caute continuu noi produse și cele mai bune metode de producție (Smolinski, Pichlak, 2009, 357). În general, clusterelor dețin abilitatea de a inova, deoarece concentrarea locală permite difuzarea mult mai rapidă a inovațiilor, decât în cadrul altor zone „neintegrate”. În era fordismului, inovația era o caracteristică a marilor companii, iar procesul se derula în mod liniar, secvențial, urmând mai multe etape pe traseul: cercetare-dezvoltare, producție și marketing. În era post-fordistă, inovația a devenit mult mai importantă, mai ales în cazul clusterelor, un accent deosebit fiind pus pe inovațiile incrementale ca rezultat al procesului interactiv de învățare. Acest lucru poate fi realizat printr-o cooperare locală între companii și alte instituții, fiind bazat pe comunicarea directă „față în față”. O analiză comparativă la nivelul regiunilor, care au înregistrat cel mai mare succes pe linia

dezvoltării și care au avut cel mai mare grad de inovare din Europa a fost realizată cu ajutorul datelor culese de „Regional Innovation Scoreboard” (RIS, 2006). Rezultatele sugerează existența unei corelații pozitive între punctele forte ale portofoliului unui cluster regional și performanțele bazate pe inovații ale acestuia. Pentru a dezvolta continuu noi inovații, întreprinderile sunt obligate să coopereze îndeaproape una cu cealaltă. Astfel, iau naștere relații de încredere reciprocă, ceea ce reprezintă un capital social important necesar succesului continuității oricărei afaceri. De exemplu, după terminarea unui proiect, încrederea câștigată va permite ca și pentru alte proiecte viitoare să se aleagă aceiași parteneri, reducându-se nesiguranța cooperării cu alți noi parteneri. Inovarea permite și găsierea unor noi modele de cooperare, de redefinire a relațiilor dintre organizații ca urmare a schimbărilor și oportunităților de la nivelul pieței.

b. *Creșterea competitivității.* Inițiativele de formare a clusterelor corespund unor eforturi concentrate pentru a crește competitivitatea unei anumite regiuni (Benito, Berger, Forest, Shum, 2003, 205) prin implicarea tuturor actorilor locali: companii (Nachum, Keeble, 2003, 172), autorități locale și organizații de instruire și cercetare (Jaegersberg, Ure, 2011).

c. *Creșterea productivității.* Clusterelor permit creșterea productivității, datorită faptului că întreprinderile din cluster au acces la furnizori, la forță de muncă și informații specializate existente în cluster. Clusterul permite promovarea inovațiilor prin creșterea abilităților persoanelor să identifice oportunități pentru noi produse sau noi procese. De asemenea, clusterelor facilitează comercializarea inovațiilor prin crearea de noi întreprinderi de tip spin off sau noi linii de afaceri ale întreprinderilor existente. Lansarea unei noi afaceri într-un cluster este mai eficientă decât în alte locații, deoarece clusterul dispune de toți factorii de succes necesari promovării unei afaceri.

d. *Accesul pe piață.* Clusterelor sunt cruciale pentru accesul pe piață al micilor întreprinderi care, în general, pot pătrunde pe piața internă, dar numai în foarte puține cazuri pot fi competitive pe piețele aflate la distanță, dacă nu fac parte dintr-o rețea locală de competențe

complementare. În acest sens, exportul în grup poate permite întreprinderilor să-și depășească anumite limite individuale și să pătrundă pe piața externă. Un grup de textile din Scoția (Scottish Cashmere Club) reprezintă un exemplu de bună practică în ceea ce privește necesitatea cooperării între întreprinderi concurente în scopul pătrunderii pe piața externă. Cooperarea între membrii grupului le-a oferit o mai bună identificare pe piața de export, fiind mult mai puternici, decât dacă fiecare întreprindere ar fi acționat în mod individual (fenomenul de sinergie).

e. *Îmbunătățirea comunicării și schimbul de informații strategice.* Îmbunătățirea comunicării între organizațiile din cadrul clusterului, ca urmare a proximității și a creșterii încrederii față de celelalte întreprinderi, reprezintă un avantaj important oferit de acest tip de organizare. Schimbul de informații strategice contribuie semnificativ la buna fundamentare a deciziilor de afaceri. Afacerile necesită informare detaliată în vederea îmbunătățirii calității strategiilor competitive și a flexibilizării managementului la noile cerințe ale pieței internaționale.

f. *Resursele umane.* Studiile de specialitate arată că, prin concentrarea mai multor afaceri din același domeniu într-o anumită regiune, se formează o bază importantă de specialiști (Porter, 1998, Klosterman ș.a., 2001). În cadrul clusterului, poate fi găsită o sursă de forță de muncă specializată, cu o mobilitate ridicată. În acest caz, costurile tranzacționale pentru recrutare, selecție și angajare sunt reduse, deoarece întreprinderile pot găsi relativ ușor resurse umane specializate în cluster. (Porter, 1998).

g. *Apropierea de clienți și furnizori.* În cluster, majoritatea întreprinderilor folosesc aceleași „intrări” specializate, având aceeași furnizori de diferite servicii. Intrările sunt disponibile local, la costuri reduse, ca urmare a reducerii costurilor tranzacționale asociate acestui proces în interiorul clusterului, mai ales datorită puterii de negociere mai mari a unui cluster în relația sa cu furnizorii, decât a unei organizații individuale. De asemenea, dacă furnizorii sunt locali, scade necesitatea de a stoca o cantitate importantă de „intrări”, reducându-se costul capitalului imobilizat în cazul depozitării acestora. În plus, furnizorii din

proximitate sunt cei mai bine poziționați în cazul schimbului de informații și în cazul dezvoltării clusterului (Porter, 1990). Proximitatea oferă posibilitatea schimbului de informații cu clienții cu referire la noi cerințe și tehnologii.

h. *Reducerea costurilor tranzacționale.* Prin îmbunătățirea comunicării, are loc o scădere a costurilor asociate derulării contractelor și alegerii partenerilor de afaceri. Acest lucru este obținut și ca urmare a valorificării resurselor locale.

i. *Resurse financiare și alocarea comună a resurselor.* Clusterelor facilitează specializarea și ajută, în mod efectiv, întreprinzătorii să investească „în pași mici”, în funcție de resursele și abilitățile de care dispun. Astfel, în cadrul anumitor asociații formate în cadrul clusterului, se pot dezvolta relații strânse cu instituțiile financiare. Clusterul demonstrează că organizațiile care se află în competiție pot colabora, dacă găsesc o cale de colaborare reciproc avantajoasă, bazată pe principiul „win- win”.

Avantajele tangibile și intangibile ale clusterelor.

Diferitele avantaje ale companiilor datorate poziționării într-un cluster pot fi împărțite în tangibile și intangibile. Cele tangibile provin din tranzacțiile mai eficiente, investițiile mai profitabile și cheltuielile mai reduse. Cele intangibile provin din învățare, benchmarking și partajare a cunoștințelor, ceea ce conduce la inovare, imitare și ameliorare. Printre cele mai importante beneficii tangibile se află accesul la o forță de muncă cunoscătoare și experimentată, în particular, lucrători aflați în zona mediană a ierarhiei lor profesionale, care sunt puternic înrădăcinați în regiune și care, de obicei, au urmat licee sau școli profesionale din zonă (tabelul 1).

Tabelul 1

Beneficiile tangibile ale clusterelor

Lanțuri de aprovizionare locale	Eficacitatea designului, costuri reduse de transport
Forță de muncă specializată	Productivitate crescută
Servicii specializate	Acces mai rapid și mai facil, costul scăzut al tranzacțiilor

Alegerea inputurilor	Costuri mai mici, calitate mai bună
Numărul de firme din domeniu	Joint ventures, oportunități de a crea rețele

Sursa: Stuart Rosenfeld, *A Governor's Guide to Cluster-Based Economic Development*; National Governors Association, SUA, 2002

Beneficiile intangibile ale clusterelor nu pot fi evidențiate direct ca profituri, dar au un mare impact indirect asupra rezultatelor companiei, uneori, chiar mai mare decât beneficiile tangibile (tabelul 2).

Tabelul 2

Beneficiile intangibile ale clusterelor

Asocierea	Viziunea comună, planificarea, puterea de influență
Încrederea	Colaborările inter-companii și crearea de rețele
Învățarea (1)	Transfer tehnologic și inovare
Învățarea(2)	Know-how și cunoștințe tacite
Piața muncii informală	Modele de carieră profesională, recrutări eficiente

Sursa: Stuart Rosenfeld, *A Governor's Guide to Cluster-Based Economic Development*; National Governors Association, SUA, 2002

În concluzie, clusterizarea sectoarelor economice reprezintă o alternativă în plus, în ceea ce privește optimizarea proceselor de producție și obținerea unor performanțe economice superioare.

Bibliografie:

1. ALTERNBURG T., STAMER J.M. (1999). "How to promote clusters: Policy experiences from Latin America." World Development, 27(7), 1693-1713;

2. BEAUDRY, C. & BRESCHI, S. (2003), *Are firms in clusters really more innovative?* *Economics of Innovation & New Technology*, 12(4): 325-343;
3. BENGTTSSON M., SOLVELL O. (2004), *Climate of competition, clusters and innovative performance*, *Scandinavian Journal of Management* 20, 225-244;
4. FOLTA T.B., COPPER A.C., BAIK Y. (2006) *Geographic cluster size and firm performance*, *Journal of Business Venturing*, 21, 217-242;
5. MARSHALL, A. (1925) *Principles of Economics*, Ed. a VIII-a, Macmillan, London;
6. PORTER M. (2005) *Clusters of Innovation*, Council of Competitiveness, Washington; 87.
7. PORTER M., (2003) *The Competitive Advantage of Regions*, The Indiana Leadership Summit, Indianapolis; 88. Porter, M. (1998) *Clusters and the new economics of competition*, *Harvard Business Review*; Boston; Nov/Dec;
8. PORTER, M. (2000) *Locations, Clusters and Company Strategy*, in Clark, G.L., Feldman, M., Gertler, M. (Eds) *Handbook of Economic Geography*, Oxford: Oxford University Press, 253-274;