

Magdalena Małachowska, Monika Tomczyk

Kształtowanie więzi i relacji uczestników klastrów opartych na kapitale społecznym

Ekonomiczne Problemy Usług nr 64, 267-279

2011

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

MAGDALENA MAŁACHOWSKA, MONIKA TOMCZYK

Uniwersytet Szczeciński

KSZTAŁTOWANIE WIĘZI I RELACJI UCZESTNIKÓW KLASTRÓW OPARTYCH NA KAPITALE SPOŁECZNYM

Wprowadzenie

Klasy od czasów wejścia Polski do Unii Europejskiej są jednym z tematów z pierwszych stron gazet prowadzących debaty o stanie polskiej gospodarki. Bezpośrednio jest to związane z tym, że konsekwencją wstąpienia do zjednoczonej Europy było dostosowywanie polskich norm i przepisów do obowiązujących w UE, a pośrednio uzyskanie zastrzyku dotacji z funduszy strukturalnych i budżetu państwa, które w różnorodny sposób finansowały przedsięwzięcia o charakterze sieci współpracy, do których należą właśnie klasy. Z wiedzy i doświadczenia autorek publikacji wynika, że pojawiająca się w Polsce znakomita liczba inicjatyw klastrowych, których na przestrzeni ostatnich trzech lat można było odnaleźć nawet 178¹, jest wynikiem podejmowania przez różne podmioty gospodarcze decyzji o wzmacnianiu swojej pozycji konkurencyjnej na rynku globalnym. Firmy bowiem zabiegają o nowe rynki zbytu, uczelnie poszukują studentów na rynkach międzynarodowych i wszystkie w różnym stopniu korzystają z dotacji unijnych, natomiast administracja rządowa i samorządowa udziela tym podmiotom wsparcia finansowego poprzez podział środków pochodzących z budżetu UE. Przedsiębiorcy

¹ *Benchmarking klastrów w Polsce*, Raport z badań, PARP 2010.

i uczelnie wyższe poprzez te działania poszukują nowych źródeł przewagi konkurencyjnej. Jedną z nich jest kooperacja w grupie – sieci, która umożliwia przyciągania nowych nabywców produktów i usług. Tej przewagi upatruje się poprzez działanie w sieci, jaką jest również klastery.

W związku z faktem, że w funduszach strukturalnych od roku 2006 na klastry pojawiło się ponad 100 mln zł liczba klastrów od tamtego czasu dynamicznie wzrosła. Problem pojawił się w sytuacji, kiedy rozpoczęto poszukiwania dobrych praktyk, czyli tych klastrów, które można byłoby traktować wzorcowo dla nowo pojawiających się inicjatyw. Wnioski były niepokojące, bardzo często bowiem okazywało się, że klastery nie były klastrem, a jedynie projektowym przedsięwzięciem, które zaraz po zakończeniu projektu zniknęło z krajobrazu lokalnej gospodarki. Swoisty „skok na kasę” spowodował, że pojawił się problem traktowania klastrów jako czynnika wzmacniającego gospodarkę. Ponieważ jedną z barier przypisywanych klastrom jest deficyt kapitału społecznego w Polsce, autorki publikacji bliżej przyglądają się wpływowi tego czynnika na powstawanie i rozwój nowego zjawiska gospodarczego. Kapitałem społecznym określa się poziom świadomości, wiedzy, kapitału ludzkiego, społecznego zaufania, akceptacji, przyzwolenia społecznego, jak również wartości, tradycji, kultury i tożsamości, jakie panują w danej przestrzeni geograficznej (kraju, regionu). Publikacja przede wszystkim teoretycznie poszukuje odpowiedzi na pytanie, na ile kapitał społeczny stanowi o sukcesie polskich klastrów i czy faktycznie oprócz wsparcia finansowego potrzebne jest zaufanie i integracja społeczna, wiążące partnerów nie tylko na okres trwania jednego projektu, ale również na współpracę w długim okresie, która wszystkim stronom przyniesie spodziewane korzyści.

1. Klastery to formalne i nieformalne relacje oparte na zaufaniu

Zgodnie z powszechnie w Polsce przyjętą definicją klastra, którego twórcą był M.E. Porter, klastery to geograficznie skoncentrowane skupisko wzajemnie powiązanych firm, wyspecjalizowanych dostawców, jednostek świadczących usługi, firm działających w pokrewnych sektorach i związanych z nimi instytucji w poszczególnych dziedzinach, konkurujących między sobą, ale również współpracujących². Ta definicja podkreśla znaczenie konku-

² M.E. Porter, *Location, competition and economic development, local clusters in global economy*, „Economic Development Quarterly” 2000, vol. 14, iss. 1, s. 15-20.

rencyjności. Z perspektywy poszukiwania roli kapitału społecznego polskich klastrów istotne są badania naukowe nad klastrami, w których wskaźnikiem określającym ich rozwój jest nawiązywanie więzi – relacji. Takie podejście, o charakterze społeczno-ekonomicznym, opisywali:

1. J.S. Coleman – podkreślił znaczenie kapitału społecznego, użył nazwy „sieci”, w których istotne znaczenie miały relacje pomiędzy firmami i instytucjami występujące na określonym obszarze geograficznym.
2. S. Rosenfeld – mówił o znaczeniu kapitału społecznego i kształtujących się relacji występujących pomiędzy uczestnikami klastra;
3. R. Rabelotti – dywagował o tym, że pomiędzy przedsiębiorstwami występują powiązania rynkowe i pozarynkowe, które wynikają z wymiany dóbr i informacji, natomiast zachowania poszczególnych firm są determinowane przez poczucie więzi i wspólnoty z innymi podmiotami działającymi w pokrewnych sektorach.
4. M.P. van Dijk i A. Sverisson – pisali o gęstych sieciach przedsiębiorstw i organizacji, których łańcuchy wartości są powiązane i powiązania te nie zawsze wynikają z zawieranych transakcji.
5. Gremi Group – otwarta innowacja (*innovative milieu*) rozumiana jako relacje pomiędzy podmiotami klastra.
6. Boston Innovation – powiązania w ramach łańcucha wartości, które są aktywnie wspierane przez organizacje publiczne i prywatne, które promują kolektywne uczenie się i proces dyfuzji innowacji³.

W polskich aktach normatywnych klastrów to przestrzenna i sektorowa koncentracja co najmniej dziesięciu podmiotów działających na rzecz rozwoju gospodarczego lub innowacyjności. Wykonując działalność gospodarczą na terenie jednego lub kilku sąsiednich województw, konkurują i współpracują ze sobą w tych samych lub pokrewnych branżach oraz są powiązane rozbudowaną siecią relacji o formalnym i nieformalnym charakterze, przy czym co najmniej połowę podmiotów funkcjonujących w klastrze stanowią przedsiębiorcy⁴.

³ M. Gorynia, B. Jankowska, *Klasy a międzynarodowa konkurencyjność i internacjonalizacja przedsiębiorstwa*, Difin, Warszawa 2008, s. 35.

⁴ Par. 13 ust. 2 Rozporządzenia Ministra Gospodarki w sprawie udzielania przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości pomocy finansowej niezwiązanej z programami operacyjnymi, DzU 2006, nr 226, poz. 1651, z późn. zm.

Zgodnie z definicją Polskiej Agencji Przedsiębiorczości⁵ klaster to powiązanie kooperacyjne rozumiane jako zgrupowanie działających w określonym sektorze niezależnych przedsiębiorców, w tym nowo powstałych firm prowadzących działalność innowacyjną, oraz organizacji badawczych i instytucji otoczenia biznesu, które ma na celu stymulowanie działalności innowacyjnej oraz promowanie intensywnych kontaktów, korzystanie ze wspólnego zaplecza technologicznego, wymianę wiedzy i doświadczeń, przyczynianie się do transferu technologii, tworzenie sieci powiązań oraz rozpowszechnianie informacji wśród przedsiębiorców wchodzących w skład tego zgrupowania. Na podstawie przedstawionych definicji można zauważyć istotne zapisy dotyczące:

- powiązań uczestników rozbudowaną siecią relacji o formalnym i nieformalnym charakterze,
- powiązań kooperacyjnych,
- promowania intensywnych kontaktów,
- wymiany wiedzy i doświadczenia,
- tworzenia sieci powiązań,
- rozpowszechniania wiedzy wśród przedsiębiorców wchodzących w skład zgrupowania.

Klasy tworzą się spontanicznie, co potwierdzają liczne badania w tej materii i powstają właściwie we wszystkich sektorach gospodarki. Występują zarówno w przemyśle i usługach, w sektorach wysokich technologii, jak i sektorach tradycyjnych. Charakteryzują się różnym poziomem innowacyjności i zaawansowania technologicznego, a tym samym różnymi perspektywami oraz strategiami rozwoju⁶. Korzyści, jakie wynikają z funkcjonowania klastra w danym regionie, to przede wszystkim wyspecjalizowane, relatywnie tanie i dostępne na danym obszarze zasoby czynników produkcji oraz zwiększony poziom wiedzy uzyskany dzięki większej możliwości współpracy pomiędzy partnerami klastra. Z punktu widzenia Polski istotnym czynnikiem jest również fakt, że wytwarza się kapitał społeczny, który stymuluje innowacyjność, a zatem zwiększa poziom wzajemnego zaufania, niższych kosztów transakcyjnych, tańszego i często lepszego źródła finansowania zewnętrznego. Wzmocnienie tych społecznych i nieformalnych powiązań może pro-

⁵ Par. 27 Rozporządzenia Ministra Rozwoju Regionalnego w sprawie udzielania przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości pomocy finansowej w ramach programu operacyjnego „Innowacyjna gospodarka”, DzU 2008, nr 68, poz. 414.

⁶ http://www.wmarr.olsztyn.pl/klasytry/index.php?page=clusters_def&id=7 (10.10.2010).

wadzić do generowania nowych pomysłów oraz podejmowania nowych działalności biznesowych. Efektywnie funkcjonujący klaster prowadzi do wzrostu produktywności lokalnych przedsiębiorstw, stymuluje i wspiera ich innowacyjność oraz przyczynia się do kreowania nowych miejsc pracy dzięki dynamicznemu wzrostowi liczby nowych przedsiębiorstw. W dłuższym okresie to również zwiększenie potencjału regionu poprzez specjalizację produkcji pojedynczych podmiotów oraz możliwości rozwoju infrastruktury⁷.

2. Kapitał społeczny – czynnik kształtujący relacje pomiędzy uczestnikami

Kapitał społeczny to idea zapożyczona z teorii socjologii, jest często łączony ze zorientowaniem zbioru zdolności i umiejętności, które umożliwiają współpracę między ludźmi w ramach grup i organizacji na osiągnięcie wspólnego dobra i zrealizowania wspólnych celów⁸. P. Bourdieu definiuje kapitał społeczny jako sumę rzeczywistych oraz potencjalnych zasobów, które związane są z posiadaniem trwałej sieci mniej lub bardziej zinstytucjonalizowanych związków opartych na wzajemnej znajomości i uznaniu. Dzięki członkostwu w takich sieciach jednostka zyskuje dostęp w formie kredytu do kapitału posiadanego przez wszystkich, którzy są powiązani ze sobą wzajemnym zaufaniem. Kapitał społeczny pojawia się w relacjach między osobami, które ułatwiają działanie, istnieje w relacjach pomiędzy ludźmi i podobnie jak kapitał fizyczny i ludzki ułatwia produktywność. Zasób kapitału społecznego posiadany przez daną jednostkę zależy od wielkości sieci, którą jednostka jest w stanie efektywnie mobilizować, oraz od zakresu kapitału (symbolicznego, ekonomicznego, kulturowego) posiadanego przez każdą osobę, z którą dana jednostka jest powiązana⁹. Wspólne dobro, a nawet silna grupa nie powstają szybko. Tak jak tworzenie każdej innej postaci kapitału kumulacja i rozwój kapitału społecznego wymagają ciągło-

⁷ M. Frombol-Eisebith, G. Eisebith, *How to institutionalize innovative clusters? Comparing explicit top down and implicit bottom up approaches*, www.elsevier.com (12.08.2009).

⁸ W. Dyduch, *Kapitał społeczny organizacji pożywką dla przedsiębiorczości i innowacyjności*, http://www.zti.com.pl/institut/pp/referaty/ref42_full.html, zob. *Five Tips. Build Your New Business Through Social Capital*, „Orange Country Register” 2000, no. 9, Santa Ana, California 2000.

⁹ T. Kaźmierczak, M. Rymsha (red.), *Kapitał społeczny, ekonomia społeczna*, Instytut Spraw Publicznych, Warszawa 2007, s. 25.

ści działań i długiego czasu¹⁰. Stąd kapitał społeczny traktowany jest przez P. Bourdieu jako cecha indywidualna, prywatna osoby, która umożliwia nawiązywanie relacji. Stanowi o potencjale danej sieci, wynika bowiem ze struktury relacji kształtowanych przez jej członków. W przeciwieństwie do francuskiego naukowca Amerykanin J.S. Coleman stwierdził, że kapitał społeczny ma wymiar publiczny, tzn. dzięki zaufaniu wytworzonemu przez wzajemne relacje i więzi kapitał społeczny obniża koszty transakcyjne i w ten sposób ułatwia wykonanie pewnych zadań w prosty i wygodny sposób. Tak więc grupa, w której istnieją duże pokłady zaufania, jest w stanie osiągnąć więcej niż grupa, wśród członków której owego zaufania brakuje. Utrata zaufania jest bardzo kosztowna, ponieważ oznacza utratę więzi, co na ogół jest nieopłacalne. J.S. Coleman podkreślał również, że w małej sieci może dojść do efektu zamknięcia (*concept of clouser*), gdzie gęstość sieci jest warunkiem koniecznym do powstania kapitału społecznego ułatwiającego działanie. Gęstość grupy oznacza grupę, której członkowie nie są zaangażowani w żadną inną grupę, co umożliwia wypracowanie norm i wartości przestrzeganych przez wszystkich członków. Negatywnym aspektem efektu zamknięcia jest brak alternatywy wejścia do innej grupy¹¹.

F. Fukuyama określił kapitał społeczny w kontekście rozwoju, który jako norma społeczna promuje kooperację dwóch lub więcej jednostek¹². W kontekście ekonomicznym wynika z obniżania kosztów transakcyjnych, które tak jak kapitał społeczny dzięki relacjom i nieformalnym powiązaniom sprzyja zwiększonej wydajności. Podobnie jak P. Bourdieu, F. Fukuyama uważał kapitał społeczny za dobro prywatne, z tą różnicą, że dla F. Fukuyamy kapitał społeczny jest jedynie środkiem do osiągnięcia egoistycznych celów. Jednocześnie z perspektywy polskich klastrów, których najczęstszą formą prawną jest stowarzyszenie, F. Fukuyama potwierdza, że społeczeństwo pozostające bez powiązanych jednostek łatwo podlega tyranii. Kapitał społeczny pełni zatem funkcję ochronną przed administracyjną centralizacją, nieefektywnością działania lokalnych rządów czy też przed korupcją.

Tym, który wypromował termin kapitał społeczny, był socjolog R. Putman, według którego kapitał społeczny, tak jak inne kapitały, ma charakter produktywny, umożliwia bowiem realizację celów, które nie byłyby możliwe do realizacji, gdyby ten kapitał nie zaistniał. Grupa, której podstawą

¹⁰ D. Cohen, L. Prusak, *In Good Company: How Social Capital Makes Organizations Work*, s. 10.

¹¹ T. Kaźmierczak, M. Rymsza (red.), *Kapitał społeczny...*, dz. cyt., s. 26.

¹² Tamże, s. 48.

działania jest zaufanie, może osiągnąć o wiele więcej niż pojedyncza jednostka. Po pierwsze, dlatego że posiadanie owego kapitału umożliwia spontaniczne nawiązywanie współpracy, która może przynieść materialne i niematerialne korzyści, po drugie, dlatego że stowarzyszanie się jednostek w grupy kształtuje normy i wartości i w konsekwencji buduje zaufanie oraz kooperację. Te natomiast prowadzą do obniżenia kosztów transakcyjnych i wpływają na jakość rządzenia. Tym hasłem R. Putman wniósł na wyżyny zjawisko kapitału społecznego¹³.

W tworzącej się nowej ekonomii kapitał społeczny nabiera szczególnego znaczenia, ponieważ podstawowym zasobem strategicznym firm jest wiedza, a o jej wartości decyduje kapitał intelektualny¹⁴. Mocny kapitał społeczny staje się niezbędny i kluczowy do rozwiązywania zagadnień organizacyjnych: relacji z klientami, kontaktów pracowniczych lub więzi organizacji ze światem zewnętrznym. Tworzenie innowacji i budowa systemu transferu również wymagają rozbudowanych i efektywnych relacji sieciowych, współpracy wielu podmiotów, partnerstwa, otwartości i zaufania. W Polsce inicjatywy na rzecz tworzenia zdolności innowacyjnych w gospodarce nacechowane są wysokim poziomem konkurencji pomiędzy realizującymi je podmiotami oraz instytucjami¹⁵. Niechęć do współpracy spowodowana jest niskim kapitałem społecznym w Polsce. Na niski kapitał społeczny składają się takie czynniki, jak brak zaufania czy nadmierne zindywidualizowanie społeczeństwa, które uniemożliwia dalekosiężną współpracę i realizację wielkich, narodowych, obejmujących wszystkich obywateli projektów. Za niski poziom kapitału społecznego w przypadku starszego pokolenia uważa się lata życia w systemie realnego socjalizmu, a także niepewność na rynku pracy i w związku z tym konieczność „walki o swoje” bez oglądania się na sprawy publiczne. U młodych ma z kolei pokutować wychowanie w dokładnie tym samym duchu¹⁶. Brak wzorów współpracy powoduje, że na poziomie regionalnym powstają wyspowe przedsięwzięcia, wyizolowane z otoczenia, charakteryzujące się niską gęstością relacji sieciowych, a tym samym również niską efektywnością¹⁷. Zdolność do uzyskania wartości

¹³ Tamże, s. 28.

¹⁴ V. Allee, *Return on Knowledge*, Executive Excellence 2000, no. 9, Provo, Birmingham 2000.

¹⁵ K.B. Matusiak, J. Guliński, *Rekomendacje zmian w polskim systemie transferu technologii i komercjalizacji wiedzy*, PARP Warszawa 2010.

¹⁶ Zob. http://www.mojeopinie.pl/internet_i_kapital_spoleczny,3,1268406873 (12.10.2010).

¹⁷ K.B. Matusiak, J. Guliński, *Rekomendacje zmian...*, dz. cyt.

z posiadanego kapitału społecznego, czyli zdolność do osiągania sprawności i skuteczności w kształtowaniu relacji pracowniczych w organizacji, można osiągnąć dzięki kapitałowi relacji, który stanowi element potencjału intelektualnego firmy. Kapitał relacji budowany jest poprzez potencjał intelektualny organizacji, co oznacza, że staje się on newralgicznym ogniwem całej organizacji, jej konkurencyjności, przewagi nad innymi¹⁸. Poprzez odpowiednie konstruowanie potencjału intelektualnego można stymulować efekt synergii zespołów ludzkich. Jest wyzwaniem dla współczesnej wiedzy, wiedza bowiem to jedyne „dobro, które się mnoży, gdy się je podzieli”¹⁹.

3. Wpływ kapitału społecznego na rozwój klastrów

W rozważaniach nad kreowaniem współpracy w potrójnej heliksie M. Portera, czyli kształtowanie relacji pomiędzy sferą nauki, biznesu i polityki, należy zwrócić uwagę na propozycję B. Gębskiego, socjologa, który umieszcza powiązania klastrowe w sferze integracji o charakterze społecznym. Według tego autora emergencja (wyłanianie się) klastrów oraz ich synergiczny charakter wynikają z kształtowania więzi społecznej rozumianej jako kompleksowa suma tych wszystkich czynników, które zapewniają danej całości społecznej (grupie, zbiorowości społecznej) istnienie, trwanie, działanie²⁰. Zatem więź społeczna występuje w pewnej przestrzeni gospodarczej określanej mianem środowiska biznesu, pod warunkiem że istnieją zasoby naturalne, ludzkie, kapitałowe i wiedzy, które umożliwiają zaspokajanie potrzeb podmiotów gospodarczych. Integrowanie się w ramach grupy podmiotów zlokalizowanych w danej przestrzeni wynika przede wszystkim z postawy aktorów społecznych grających kluczowe role społeczne, które są związane z zarządzaniem oraz polityką działania przedsiębiorstw. Dlatego też proces powstawania klastra jest procesem wynikającym: po pierwsze, z pojawienia się wzajemnego zainteresowania podmiotów gospodarczych i po drugie, wejścia w społeczne relacje wymiany o charakterze obiektywnym

¹⁸ J. Biernat, *Wartość public relations – kapitał relacji*, artykuł przygotowany na V Kongres Public Relations w Rzeszowie 2006, www.proto.pl (10.09.2010).

¹⁹ J. Stachowicz, *W kierunku nowego paradygmatu organizacyjnego – perspektywy rozwoju zarządzania strategicznego* [w:] *Dynamika zarządzania organizacjami: Paradygmaty – Metody – Zastosowania*, AE Katowice, Katowice 2007, s. 65-80.

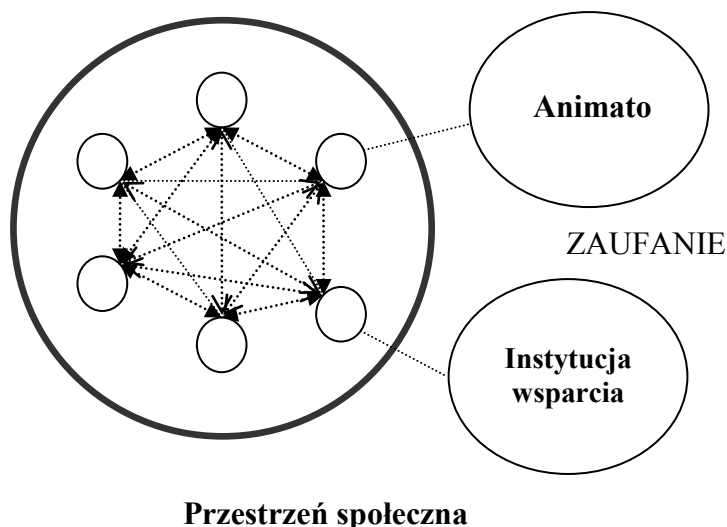
²⁰ Cyt. za A. Frąckiewicz, B. Gębski, *Emergencja i synergizm klastrów gospodarczych Pomorza Zachodniego*, raport z badań, Stowarzyszenie Czas Przestrzeń Tożsamość 2009, s. 16.

i subiektywnym. Obiektywnym, opartym na kontrakcie handlowym, kiedy współpraca wynika z potrzeby realizacji łańcucha wartości, oraz subiektywnym, kiedy wybór kooperanta wykracza poza realizację jednej umowy. Jest to pewnego rodzaju relacja nieformalna, która wyraża się poprzez zaufanie, szacunek i sympatię do partnera biznesowego, z którym planuje się realizowanie kolejnych przedsięwzięć biznesowych.

Ponieważ cechą szczególną klastrów jest jednoczesne kooperowanie i konkurowanie, tzw. kooperacja, decyzja, która relacja stanie się bardziej dominująca, zależy m.in. od sytuacji społecznej przyjętej przez aktorów społecznych, którymi są instytucje społeczne, np. izby gospodarcze, inkubatory, parki naukowo-technologiczne, instytucje naukowe oraz samorządowe. Stąd ważne jest pozytywne kształtowanie zależności społecznych, które obiektywnie oznaczają funkcjonowanie przedsiębiorstw w ramach łańcucha dostaw, w którym produkcja jakiegoś produktu czy usługi zależy od dostawy półproduktów. Subiektywnie natomiast oznacza to, że przedsiębiorstwo rozpoczyna współpracę z innym podmiotem w wyniku kalkulacji psychospołecznej, w której kooperacja zaczyna być bardziej użyteczna, opłacalna. Dobrym przykładem jest tutaj Podlaski Klaster Obróbki Metali, w ramach którego doszło do wymiany wiedzy w zakresie możliwości produkcyjnych i technologicznych firm. Firma A otrzymała zlecenie, którego jako pojedyncza jednostka nie było w stanie zrealizować w danym czasie. W związku z tym, żeby nie utracić kontrahenta, podzleciła wykonanie części prac kooperantowi z klastra, firmie B, którego znała dzięki organizowanym, przez animatora klastra, przedsięwzięciom. Poprzez to działanie obie firmy osiągnęły mierzalną korzyść, jedna firma osiągnęła wyższy niż zaplanowany zysk, druga weszła na giełdę New Connect. Z tego przykładu można wnioskować, że podniesienie zależności subiektywnych jest istotą kształtowania relacji uczestników klastra i prowadzi do podejmowania inicjatyw o charakterze innowacyjnym.

Istotnym czynnikiem wpływającym na podjęcie decyzji o podzieleniu się wiedzą ze swoim konkurentem z branży i wyjawieniu „tajemnicy” o swoich zasobach i możliwościach produkcyjno-technologicznych była chęć osiągnięcia zysku oraz podjęcie próby zbudowania relacji opartej na zaufaniu. To właśnie zaufanie pozwala ludziom rozwiązywać problemy i osiągać społeczne cele szybciej i przy znacznie mniejszym nakładzie sił i środków. Jest potrzebne zarówno w sferze działań lokalnej społeczności, jak i przy zawieraniu transakcji finansowych. Zaufanie wymaga współpracy, a ta z kolei zwiększa poziom zaufania. Następuje sprzężenie zwrotne. W przeciwieństwie

do zasobów finansowych, zaufanie to „zasób moralny”, którego ilość wzrasta, im bardziej się z niego korzysta, a który nieużywany zanika²¹. W konsekwencji rola pośrednika będącego animatorem klastra w układzie przedsiębiorstwo – nauka – samorząd staje się niezbędna do budowania powiązań o charakterze społecznym i biznesowym²².



Rys. 1. Kształtowanie więzi i relacji pomiędzy uczestnikami klastra w warunkach integracji społecznej

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Emergencja i synergizm klastrów gospodarczych Pomorza Zachodniego*, Wydawnictwo Czas Przestrzeń Tożsamość, Szczecin 2009

Wszystkie wymienione czynniki, takie jak: kształtowanie więzi społecznych, funkcjonowanie przedsiębiorstw w środowisku społecznym, oddziaływanie instytucji społecznych – otoczenia biznesu na kształtowanie relacji w klastrze, rola animatora klastra, kształtowanie wysokiego poziomu zaufania oraz istnienie zależności społecznych zaprezentowano na rysunku 1, na którym klaster działa w przestrzeni społecznej, gdzie pomiędzy podmiotami dochodzi do interakcji i integracji, czyli kształtowania relacji zależno-

²¹ <http://civicpedia.ngo.pl/x/330089> (10.10.2010)

²² O roli animatora klastrów piszą M. Baron, L. Palmen, *Przewodnik dla animatorów inicjatyw klastrowych*, PARP 2008.

ści, szczególnie tych subiektywnych, które dzięki roli animatora oraz instytucjom wspierającym kształtuje środowisko społeczne, w którym rośnie poziom zaufania, zagęszcza się sieć powiązań społeczno-gospodarczych i w długim okresie kapitał społeczny.

Podsumowanie

Podsumowując rozważania nad wpływem kapitału społecznego na rozwój klastrów w Polsce, można postawić hipotezę, że rozwój klastrów będzie zależał od dynamiki kształtowania więzi i relacji społecznych, które poprzez powiązania nieformalne prowadzą do budowania zaufania, a zatem i do zwiększania kapitału społecznego indywidualnych jednostek, jak i całej grupy. Częste interakcje pomiędzy grupami przyczyniają się do powstawania wzajemnej relacji, w której zaangażowanie społeczne i kapitał społeczny pociągają za sobą wzajemne zobowiązania i obowiązek działania w grupie. Gęste więzi społeczne ułatwiają rozgłos i inne wartościowe sposoby kultywowania reputacji, które oparte na zaufaniu uruchomią proces konstruowania konkurencyjnych przewag o charakterze globalnym. Są one niezbędne do tego, żeby przedsiębiorstwa, jak i otoczenie oswajało się z coraz bardziej turbulentnym otoczeniem, gdzie działanie w pojedynkę uniemożliwia rozwój. Nawet więcej, gospodarka wymusza na przedsiębiorstwach działania w sieciach, ponieważ tylko dzięki połączeniu potencjału zróżnicowanych jednostek, jakimi są przedsiębiorstwa i uczelnie wyższe, istnieje możliwość utrzymania i wzrostu konkurencyjności zarówno pojedynczych jednostek, jak i całego regionu. Ten efekt jest możliwy do zrealizowania jedynie wtedy, kiedy uczestnicy potencjalnego klastra będą posiadali umiejętność działania w grupie, w którym dominującą cechą jest zaufanie. To zaufanie umożliwia skracanie czasu negocjacji warunków umów, wpływa na obniżenie kosztów transakcyjnych. Pytanie, jakie w tym kontekście się pojawia, brzmi następująco: na ile powstające jak grzyby po deszczu, w ostatniej dekadzie, parki naukowo-technologiczne, inkubatory akademickie, centra transferu i technologii oraz strefy przemysłowe mają świadomość kształtowania i budowania zaufania pomiędzy swoimi odbiorcami, czyli przedsiębiorcami, naukowcami oraz przedstawicielami rządu? Czy w związku z tym instytucje okołobiznesowe, które bardzo często biorą na siebie rolę założycieli i animatorów klastrów, posiadają narzędzia do budowania tego zaufania? Z doświadczenia auterek i z badań wynika, że dzięki

narodzinom klastrów w Polsce, ich dużej dynamice pojawiania się i zanikania podjęto dyskusje i dywagacje naukowe na temat potrzeby świadomego kształtowania zaufania w relacjach biznesowych, a co za tym idzie – wzrostu kapitału społecznego w Polsce. Trudno ocenić, w jakim stopniu klastry przyczyniają się do osiągnięcia tego celu. Wydaje się jednak, że do oceny tego zjawiska niezbędny jest jeden bardzo ważny czynnik – czas.

Literatura

- Baron M., Palmen L., *Przewodnik dla animatorów inicjatyw klastrowych*, PARP 2008;
- Biernat J., *Wartość public relations – kapitał relacji*, artykuł przygotowany na V Kongres Public Relations w Rzeszowie 2006, www.proto.pl (10.09.2010);
- Dyduch W., *Kapitał społeczny organizacji pożywką dla przedsiębiorczości i innowacyjności*;
- Frąckiewicz A., Gębski B., *Emergencja i synergizm klastrów gospodarczych Pomorza Zachodniego*, Raport z badań, Stowarzyszenie Czas Przestrzeń Tożsamość 2009;
- Frombol-Eisebith M., Eisebith G., *How to institutionalize innovative clusters? Comparing explicit top down and implicit bottom up approaches*, www.elsevier.com (12.08.2009);
- Gorynia M., Jankowska B., *Klastry a międzynarodowa konkurencyjność i internacjonalizacja przedsiębiorstwa*, Difin, Warszawa 2008;
- Matusiak K.B., Guliński J., *Rekomendacje zmian w polskim systemie transferu technologii i komercjalizacji wiedzy*, PARP Warszawa 2010;
- Porter M.E., *Location, competition and economic development, local clusters In global economy*, „Economic Development Quarterly” 2000, vol. 14, iss. 1;
- Stachowicz J., *W kierunku nowego paradygmatu organizacyjnego – perspektywy rozwoju zarządzania strategicznego: Dynamika zarządzania organizacjami: Paradygmaty – Metody – Zastosowania*, AE Katowice, Katowice 2007;
- Benchmarking klastrów w Polsce*, Raport z badań, PARP 2010;
- Rozporządzenia Ministra Gospodarki w sprawie udzielania przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości pomocy finansowej niezwiązanej z programami operacyjnymi, DzU 2006, nr 226, poz. 1651 z późn. zm.;
- Rozporządzenia Ministra Rozwoju Regionalnego w sprawie udzielania przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości pomocy finansowej w ramach programu operacyjnego „Innowacyjna gospodarka”, DzU 2008, nr 68, poz. 414;
- <http://civicpedia.ngo.pl/x/330089> (10.10.2010);
- http://www.wmarr.olsztyn.pl/klastry/index.php?page=clusters_def&id=7 (10.10.2010);
- http://www.mojeopinie.pl/internet_i_kapital_spoleczny,3,1268406873 (12.10.2010).

Summary

The article shows problems which concern a cluster as a new phenomenon in a Polish economy. This concept has its history back in XVI century, in the marshal's time, and it came back now, as a new way of organizing companies, science and government to build advantages of individual interests and region competitiveness. In the article the authors take up a theoretical digression about the idea of cluster development which is determined by establishing socio-economical bonds and relations. Concerning that problem in article appears correlation between cluster development and social capital, which is a picture of ability of society, in geographical boundaries, to build a densely boundaries lean on high level of trust. Because research shows that social capital is low in Poland, the authors consider how the lack of social capital, the lack of trust, among business partners, scientists and representatives of government reveals cluster development in Poland.

Translated by Magdalena Malachowska and Monika Tomczyk