

KLASTRY JAKO NÁSTROJ REGIONÁLNÍHO INOVAČNÍHO PROFILU

Jaroslav Kovárník

Univerzita Hradec Králové, Fakulta informatiky a managementu, Katedra ekonomie

Jan Stejskal

Univerzita Pardubice, Fakulta ekonomicko-správní, Ústav ekonomie

Abstract: *The article deals with the issue of the clusters as the instruments of regional innovative profile. Firstly, is focused on the short characteristics of cluster and cluster initiatives. The article emphasized the genuine idea of Porters cluster as engine of productivity and innovation growth. The second part is focused on regional innovative profile and describes the position of cluster in this process.*

Key words: *cluster, cluster initiatives, regional innovative profile*

1. Úvod

Evropská unie si v současném plánovacím období stanovila cíl zvýšit konkurenceschopnost a vybudovat z EU hospodářství založené na znalostech a inovacích. Jako jeden z nejlepších a v zahraniční praxi osvědčených způsobů, jak zvýšit konkurenceschopnost regionu a budovat hospodářství založené na znalostech a inovacích je podporovat vznik a činnost klastrů. I přes skutečnost, že současné plánovací období EU již trvá od roku 2007, je v podmínkách České republiky je fenomén klastrů stále poměrně nový.

2. Pojetí klastrů a klastrových iniciativ

V některých situacích dochází k tomu, že klastrové iniciativy samy sebe označují za klastr, jindy zase dochází k případu, kdy se za klastrovou iniciativu považují různá výzkumná centra a průmyslová sdružení. Nejdříve je tedy vhodné vymezit rozdíl mezi klastrem a klastrovou iniciativou.

Za klasika klastrové teorie je pokládán M. Porter. Při výzkumu konkurenceschopnosti amerických a japonských firem narazil na jev, že firmy, které jsou propojené do určité sítě (network), dosahují lepších výsledků v inovacích, produktivitě a v ekonomických ukazatelích všeobecně. Ve své knize *Konkurenční výhoda národů* (1990) uvádí hypotézu, že vzájemně provázaná odvětví soustředěná geograficky na vymezeném území jsou hnací silou národního, regionálního a místního rozvoje. Definiuje přitom klastr jako geografické soustředění vzájemně provázaných firem, specializovaných dodavatelů, poskytovatelů služeb, firem v příbuzných odvětvích a přidružených institucí jako jsou univerzity, agentury a obchodní asociace různých směrů, které soutěží, ale také spolupracují.

Klastry se dají chápat také jako obchodně-výrobní firmy a neobchodní organizace, pro které je členství v rámci skupiny významným prvkem konkurenceschopnosti každého člena, klastry svazují dohromady dodavatelsko-odběratelské vztahy nebo společné technologie nebo společní zákazníci a distribuční kanály nebo společné pracovní trhy a lidský kapitál (Bergman, Fesser 1999).

Jiná definice uvádí, že klastry lze vymezit jako geograficky soustředěná odvětví, která získávají svoji výkonnostní a konkurenční výhodu tím, že využívají umístění v určité lokalitě a všech faktorů, které s tím souvisí. V této definici je za konkurenční výhodu považována schopnost firmy (odvětví) působit na globálních trzích, přičemž odvětví je zde chápáno

v užším slova smyslu specifickým druhem zboží či služeb. Geografickou soustředěností klastru se rozumí dosažitelná vzdálenost, tj. oblast, kam lze vycestovat v rámci jednoho pracovního dne (Skokan, 2004).

Souhrnně lze uvést, že klastry představují spolupráci podniků na určitém území, regionu, kde do tohoto seskupení nevstupují pouze firmy z příbuzných odvětví, ale zároveň i dodavatelé, odběratelé, spolupracující firmy apod., dále univerzity, výzkumná centra a další instituce. Firmy v klastru spolu samozřejmě soutěží, jedná se o konkurenty, ale určitým způsobem kooperují a tím získávají konkurenční výhodu oproti těm firmám, které do klastru zapojeny nejsou. Hlavní přínos klastru spočívá v rychlé implementaci inovací, přičemž se nemusí jednat pouze o inovace v oblasti surovin, výrobních postupů atd., ale samozřejmě to mohou být inovace v oblasti personalistiky, řízení lidských zdrojů, managementu, zlepšení logistických vazeb, spolupráce s dodavateli a odběrateli apod.

Jak uvádí ve své knize Sölvell, Lindquist a Ketels (2003), klastrovou iniciativu lze charakterizovat jako formu organizovaného úsilí pro zvýšení růstu a konkurenceschopnosti klastrů v regionu, která zahrnuje firmy v klastru, zástupce veřejného sektoru (vlády), výzkumnou a vzdělávací komunitu a další spolupracující instituce. Klastrové iniciativy se tak stávají nejdůležitější složkou v procesu zvyšování růstu a konkurenceschopnosti klastru.

Z uvedeného je tedy zřejmé, že za klastrovou iniciativu je považována pouze taková iniciativa, které se účastní firmy a alespoň jeden další subjekt z dvojice vláda – univerzita. Tato skutečnost, a nikoliv forma spolupráce, jsou základem výše uvedené definice. Klastrem se tedy rozumí firmy a organizace, kterým klastrová iniciativa slouží.

Také je vhodné upozornit na skutečnost, že původní Porterova teorie vychází ze skutečnosti, že klastry nepotřebují žádný oficiální statut. Naopak, klastry existovaly a vznikaly v ekonomice samovolně na základě sblížení a spolupráce podniků, společnému výzkumu a kooperaci v určitých oblastech, přičemž profesor Porter tuto skutečnost teoreticky podchytil, zaznamenal a umožnil tak aplikaci takto zjištěných poznatků i na jiná odvětví a jiné situace. Na základě těchto poznatků je tedy možné vyvolat umělý vznik klastru v odvětví a oblasti, která k tomu má určité základní předpoklady a podmínky, ovšem stále podle jeho teorie není bezpodmínečně nutné, aby toto seskupení bylo nějakou zvláštní právní formou.

To je však jeden z klíčových problémů klastrů v České republice. Pokud totiž chce nějaký subjekt zažádat o dotaci, musí mít právní formu, a tudíž všechny v našich podmínkách vznikající klastry se zakládají jako právnické osoby, nejčastěji družstva. Je to způsobeno především určitou průhledností této podnikatelské formy a dále volným počtem členů, kdy družstvo může dle svého uvážení přibírat členy nové, nebo naopak mohou stávající členové odejít, aniž by byl nutný zápis do obchodního rejstříku.

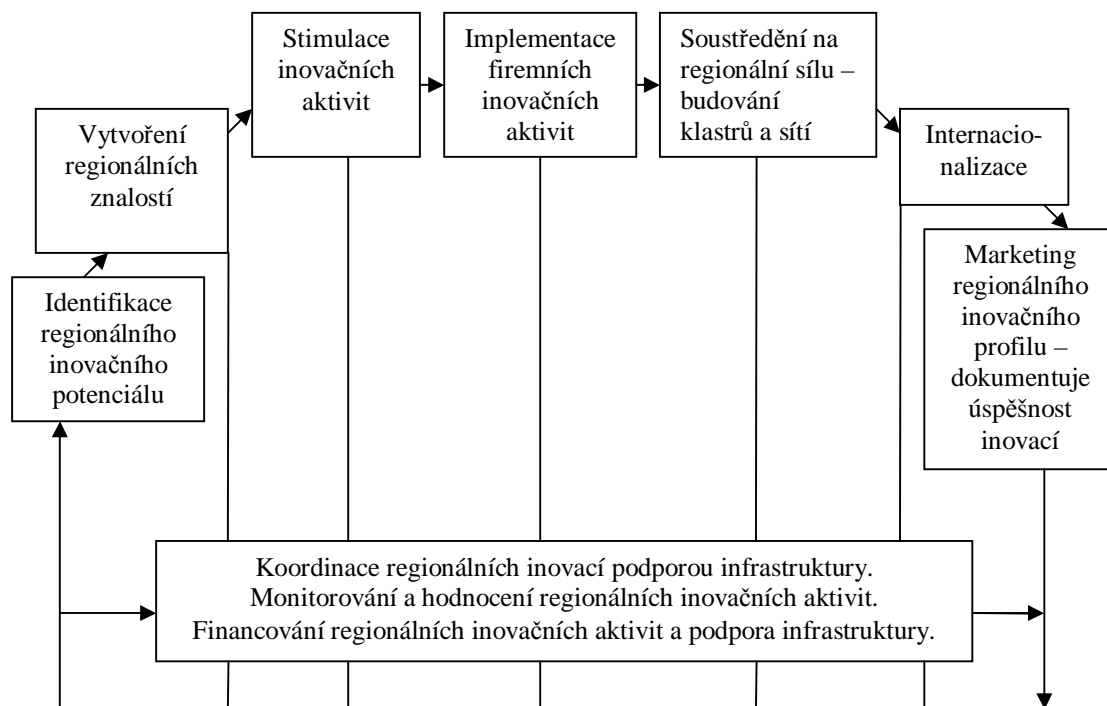
Protože podle Porterovy teorie tedy klastr nemusí mít právní formu, lze si pak velmi jednoduše představit fungování klastrové iniciativy, kdy firmy a buď univerzita, nebo vláda, případně oba subjekty, společnými silami podporují zvyšování konkurenceschopnosti klastru (tedy subjektů do klastru zapojených) nebo jeho růst. Ovšem v podmínkách České republiky, kdy každý klastr musí mít určitou právní subjektivitu, se pod pojmem klastrová iniciativa většinou rozumí určitá iniciativa, úsilí, vedoucí ke vzniku klastru.

3. Posilování regionálního inovačního profilu

V odborné literatuře lze nalézt i určitý postup, pomocí kterého lze posilovat regionální inovační profil a přispívat tak k budování hospodářství založeném na inovacích a znalostech. Kvalitní inovační prostředí zcela bezpochyby usnadní vznik a lepší činnost klastrů, stejně jako vyšší úspěšnost klastrových iniciativ.

Tento postup má sedm základních kroků, které jsou však doplněny celou řadou dílčích podpurných činností, takže výsledný systém nepředstavuje pouhý lineární proces, ale proces velmi interaktivní. Mimo sedmi na sebe navazujících kroků existují ještě tři důležité procesy, kontinuálně prováděné během celého procesu. Celý systém lze přehledně zobrazit na následujícím obrázku č. 1.

Obrázek 1 - Posilování regionálního inovačního profilu



Zdroj: www.innovating-regions.org

První krok celého procesu spočívá ve správné identifikaci regionálního inovačního potenciálu, což je stále častěji považováno za jeden z nejdůležitějších momentů pro zvyšování mezinárodní konkurenceschopnosti. Pokud nebude mít region přehled o svých výzkumných centrech, výsledcích výzkumu a inovačních kapacitách všech přítomných subjektů, jako jsou univerzity, výzkumná centra, ale především firmy, je nemožné budovat a posilovat regionální inovační profil.

Vytváření regionálních znalostí představuje základ pro produkci inovací. Díky znalostem a jsme schopni nacházet nová, mnohdy lepší řešení existujících problémů a předcházet dalším problémům. Jsme také schopni produkovat větší počet kvalitních inovací. Je vhodné si uvědomit, že pro rozvoj regionu jsou důležité oba druhy znalostí, tedy jak explicitní (přenositelné, nejsou vázané na lidský kapitál), tak tacitní (individuální, vázány na lidský kapitál).

V dalším kroku je třeba stimulovat firemní inovační aktivity. Budování inovací je aktivní proces, ovšem velmi často především malé a střední podniky, které by měli být základem produkce inovací, mají problémy s identifikováním svého inovačního potenciálu. Je proto třeba pomoci jim zjistit své silné a slabé stránky, stejně jako příležitosti a hrozby, podporovat inovační infrastrukturu apod., aby se zvýšila možnost produkce inovací v regionu i u těchto subjektů.

Jako další část celého procesu je nutné implementovat mezi podnikatelské subjekty různé informace, které jsou zjišťovány na úrovni regionu v rámci služeb na podporu inovací. Může se jednat např. o různé průzkumy trhu, transfer technologií apod. Na druhé straně je pak

nezbytné zároveň přejímat od podnikatelské sféry informace, které zjistí jednotlivé firmy, a následně podporovat jejich další šíření.

Jakmile je identifikován regionální inovační potenciál, jsou vytvořeny regionální znalosti a je dostatečně podpořena produkce inovací v regionálních firmách, musí nastat proces provázání těchto existujících základů za účelem dosažení synergického efektu, konkrétně díky budování a zakládání klastrů a průmyslových sítí (networking).

Pro ověření, zda je tento proces úspěšný, je nutné začít pronikat na zahraniční trhy. Zvýšení konkurenčního prostředí zřetelně ukáže, zda náš region se svou inovační kapacitou je dostatečně konkurenceschopný. Především pro malé a střední podniky může být takový mezinárodní konkurenční boj velmi obtížný a právě pro takové firmy může být členství v klastru či jiné síti důležité, neboť díky této spolupráci jsou pak schopny uspět i v mezinárodní konkurenci.

Nezbytnou součástí celého procesu je pak i krok poslední, který se ještě velmi často podceňuje, a sice marketing regionů. Marketing funguje dobře na úrovni firem, ale je nutné si uvědomit, že firmy tvoří jednu ze složek celého regionu a marketing by měl přihlížet i k těmto ostatním složkám a pohlížet na region jako celek. Díky tomuto přístupu lze vybudovat kvalitní regionální inovační profil.

Vedle těchto posloupných aktivit existují v celém procesu i aktivity průběžné. Tyto aktivity jsou zaměřeny na podporu komunikace a spolupráce mezi všemi aktéry regionální inovační podpory, což mohou být poskytovatelé technologií, financí, informací atd. Je nutné podporovat jejich spolupráci, neboť pouze díky ní lze vytěžit maximální efektivnost pro charakterizování regionálního inovačního profilu.

S ohledem na skutečnost, že zde hovoříme o budování regionálního inovačního profilu, pohybujeme se tedy na úrovni regionu, je zřejmé, že prostředky pro podporu inovační infrastruktury a potenciálu pocházejí z veřejných zdrojů. Tato podpora může mít podobu buď přímých investic, ale může se jednat také např. o prominutí úroků z půjček, vyhlášení dotovaných projektů, grantů apod. S ohledem na původ těchto prostředků je však bezpodmínečně nutné sledovat jejich vynakládání a dbát o jejich efektivní využití.

4. Závěr

Příspěvek se zabývá problematikou klastrů a klastrových iniciativ, které představují jedno z možných a v zahraniční praxi ověřených způsobů zvyšování konkurenceschopnosti daného regionu a budování hospodářství založeného na znalostech a inovacích. Ačkoliv ve světě se s pojmem klaster a klastrová iniciativa setkáváme poměrně často, v podmínkách České republiky se stále jedná o fenomén poměrně nový. Klaster a klastrová iniciativa vykazují celou řadu charakteristických znaků, které musí splňovat, aby je bylo možno za klaster či za iniciativu považovat. Bohužel v České republice je za klaster velmi považováno i seskupení firem, kterým chybí základní rys klasteru, a sice produkce inovací a zvyšování konkurenceschopnosti. Ten samý problém je i u klastrových iniciativ, kdy některé klastrové iniciativy samy sebe považují za klaster nebo naopak některá seskupení samy sebe považují za klastrovou iniciativu.

Další část příspěvku se zabývá otázkou budování a posilování regionálního inovačního profilu, tedy určitého zázemí pro vytváření a produkci inovací v daném regionu. Tento proces má celkem sedm navazujících kroků, vedle kterých stojí tři průběžně vykonávané činnosti a výsledkem tohoto procesu je vytvoření prostředí, ve kterém je všeobecně kladný přístup k tvorbě a implementaci inovací nejen ve výzkumných centrech a na univerzitách, ale především ve firmách, přičemž stěžejní roli hrají malí a střední podnikatelé. Takové prostředí je samozřejmě velikou výhodou pro vznik klastrů a pro činnost klastrových iniciativ.

Použitá literatura:

- [1] BERGMAN E. M., FESSER E. J. *Industrial and Regional Clusters: Concepts and Comparative Applications*. Virginia: WVU Regional Research Institute, 1999.
- [2] FESSER, E. J. *Industry Clusters and Development Policy Options*, 62. klub regionalistů. Bratislava: Ekonomická univerzita v Bratislavě, 2005.
- [3] *Innovative Clusters: Drivers of National Innovation Systems*. Paris: OECD Proceedings, 2001.
- [4] PORTER, M. E. *The Competitive Advantage of Nations*. New York: The Free Press, 1990.
- [5] *Regional Innovation Strategies*. European Union, [on-line], dostupné na <http://www.innovating-regions.org>
- [6] SKOKAN, K. *Konkurenceschopnost, inovace a klastry v regionálním rozvoji*. Ostrava: Repronis, 2004.
- [7] SÖLVELL, Ö., LINDQUIST, G., KETELS, Ch. *The Cluster Initiative Greenbook*. Stockholm: Bromma tryck AB, 2003.

Kontaktní adresy:

Ing. Jaroslav Kovárník, Ph.D.

Univerzita Hradec Králové, Fakulta informatiky a managementu, Katedra ekonomie
Rokitanského 62
500 03 Hradec Králové
email: jaroslav.kovarnik@uhk.cz

Ing. Jan Stejskal, Ph.D.

Univerzita Pardubice, Fakulta ekonomicko-správní, Ústav ekonomie
Studentská 95
532 10 Pardubice
email: jan.stejskal@upce.cz