

Regionális/lokális klaszter: sikeres válasz a globális kihívásra

Napjainkban a gazdaság- és vállalkozásfejlesztési programok egyik leggyakoribb kifejezése: „klaszter”. A fejlett országok vállalati és iparági esettanulmányai a 80-as évektől egyértelműen kimutatták, hogy a globális versenyben a cégek sikeressége és versenyképessége egyre inkább lokális üzleti környezetük minőségétől függ. Klaszter alatt általános értelemben egy adott iparághoz/üzletághoz tartozó cégek és üzleti partnereik, a kapcsolódó intézmények „térbeli sűrűsödését” értjük. Széles körben elfogadott, hogy a klaszter nem egy „gyorsan múló divat”, hanem egyike a globális verseny kihívásaira adott sikeres válaszoknak, amelyek a vállalati stratégiai menedzsmentre is hatással vannak.

Tanulmányunkban az egyik legjelentősebb „iskola”, a Michael Porter munkásságára épülő irányzat eredményei alapján tekintjük át a regionális/lokális klaszterek főbb sajátosságait.¹ Először a klaszterek általános jellemzőit ismertetjük, majd az iparági versenyelőnyök lokális forrásait rendszerező „rombusz-modellt”. Ezt követően áttekintjük a földrajzilag koncentrált vállalati együttműködések, azaz a klaszterek hatását a vállalatok lokális versenyelőnyeinek két típusára: a költségelőnyökre és a stratégiai pozicionálásra. Közismert, hogy a regionális klaszter közel egy évtizedes külföldi „tündöklése” után nemrég megjelent Magyarországon is, többek között a Széchenyi-terv regionális gazdaságépítési programjában szerepel, így a nemzetközi tapasztalatok iránti igény itthon is egyre szélesebb körben merül fel. Többek között azért is, mert az EU támogatásainak egy része a vállalkozók együttműködésére és a helyi üzleti háttérre, lényegében a klaszterek fejlesztésére irányul.

A REGIONÁLIS KLASZTEREK FELBUKKANÁSA

A klaszterek kialakulása világszerte annak köszönhető, hogy a globális verseny kihívásaira a vállalatok mindenütt próbálnak választ adni, többek között **újfajta együttműködést** kialakítva mind üzleti partnereikkel, mind a háttérintézményekkel. A nagyvállalatok stratégiai szövetségeket kötnek, avagy fuzionálnak, míg a kisebb vállalatok üzleti hálózatok sokaságát alakítják ki. Szinte mindegyik esetben a **helyi intézményekkel nagyon szoros az együttműködés**, ugyanis a vállalatok felismerték, hogy jelentős költségeket takaríthatnak meg, pl. ha megfelelő profilú és színvonalú a helyi szakképzés, ha a helyi egyetem fejlesztő centrumokat működtet stb.

A globalizáció főbb gazdasági folyamatai (dereguláció, informatikai-kommunikációs technológiák elterjedése, technológiai váltás stb.) következtében szinte **mindegyik piacon megjelentek a globális vállalatok**, erőteljes versenyt életre keltve. A globalizáció lehetővé tette, hogy egyrészt a vállalatok termékeiket bárhol értékesítsék, illetve inputjaikat a

¹ A tanulmány az OTKA T038150 „Regionális és lokális gazdaságfejlesztés: versenyképesség, innováció, klaszterek” című kutatáshoz írott anyagaink felhasználásával készült.

számukra legkedvezőbb helyről szerezzék be: „bárki-bármikor-bármit-és-bárhon” megvásárolhat és eladhat. Másrészt tevékenységeiket bárhol végezhetik, telephelyeiket is szinte tetszőleges helyen létrehozhatják, legalábbis sok hasonlóan előnyös település közül választhatnak, vagy inputforráshoz, vagy piachoz közel települhetnek, avagy egy kedvező szállítási csomópontba (Enyedi 2000, Lengyel 2000/a).

A fentiek miatt az iparágak többségénél az várható, hogy a vállalatok áttelepülnek az olcsóbb termelésre lehetőséget adó, avagy piacot nyújtó fejlődő országokba, így bizonyos területi kiegyenlítődés következik be. Viszont az empirikus megfigyelések, többek között Porteré is, azt mutatták ki, hogy a globális iparágak/üzletágak többségénél erőteljes térbeli koncentráció jellemző, csak a fejlett országokban tömörülnek, azokon belül is csak néhány térségben (Porter 1990).

Porter ezt az ellentmondást „**globális-lokális paradoxonnak**” nevezi: miközben a globális verseny erősödik és a vállalatok többsége globális versenystratégiát dolgoz ki, mindeközben egy adott iparág vezető cégei egy (avagy néhány) térségben, egy városban és vonzáskörzetében koncentrálnak, ahol az iparági versenyhez kedvező feltételeket nyújt a lokális környezet. A globális vállalat a magas hozzáadott értékű, nagy termelékenységgű, avagy stratégiai fontosságú tevékenységeit általában a hazai/térségi bázisban (home base) koncentrálna, míg értékláncának többi tevékenységét kihelyezi, részben különböző telephelyekre (pl. fejlődő országokba), részben más helyi vállalatokhoz (outsourcing). A tartós vállalati versenyelőnyök között a lokalitásból adódó előnyök előtérbe kerülését a vállalati stratégiákon kívül a technológiai váltás állandó kényszere, a koncentrált innovációs bázis is indokolják (Porter–Sölvell 1998).

A globális verseny hatására különböző sikeres vállalati válaszok születtek, amelyek a **térbeli koncentrációra**, a versenyelőnyök lokális „csomósodására, fűtődésére, csoportosulására” (clustering) támaszkodnak. A **klaszter egy gyűjtőfogalom**, amelyik a térbeli koncentráció összes eltérő megjelenési formáját próbálja összefoglalni (Bergman–Feser 1999, Steiner 1998). Viszonylagos újszerűsége miatt napjainkban is folynak a viták a klaszter fogalmáról és értelmezésének hatáiról, pl. Olaszországban iparági körzetnek, Franciaországban lokális termelési rendszernek nevezik, míg az angolszász országokban és a nemzetközi szervezetekben a „cluster” kifejezés terjedt el.

A felmérések szerint mindegyik fejlett országban megfigyelhetők a klaszterek, pl. az Amerikai Egyesült

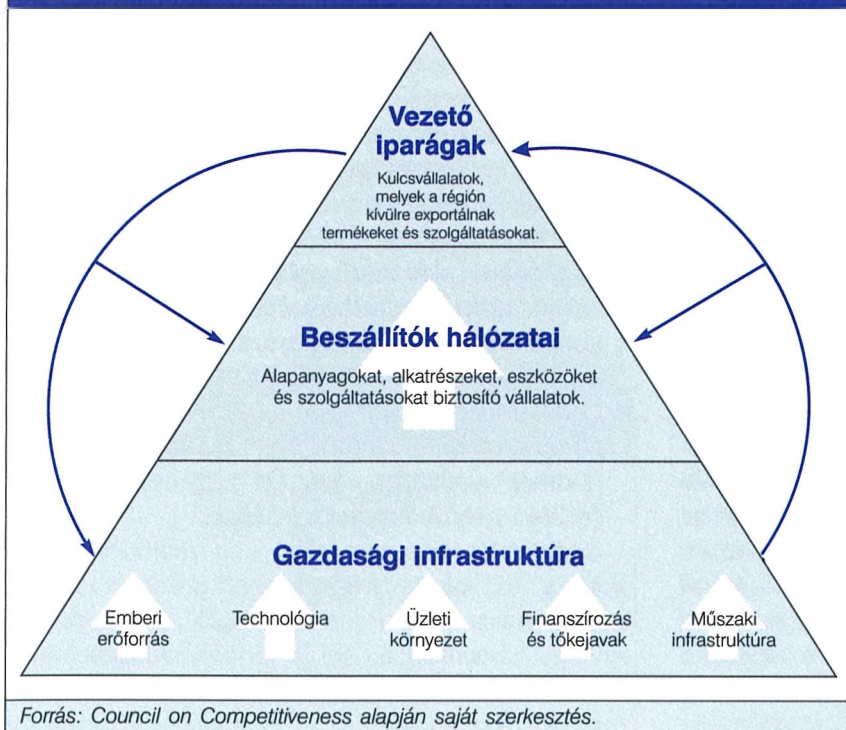
Államokban a 90-es évek közepén 380 vezető klasztert találtak, amelyek a munkaerő 57%-át foglalkoztatták és az USA exportjának 78%-át állították elő (Lengyel 2001). Porter az Amerikai Egyesült Államokon belül 33 térséget emelt ki, általában nagyvárosokat és vonzáskörzetüket, ahol a klaszteresedés kimutatható (Porter 1998/a, 1999): pl. Szilícium-völgy (mikroelektronika, biotechnológia, kockázati tőke), Dallas (ingatlanfejlesztés), Wichita (könnyű repülőgépek, mezőgazdasági gépek), Boston (befektetési alapok, biotechnológia, szoftver és hálózat, kockázati tőke) stb. Európában is megfigyelhetők klaszterek a fejlett országokban, pl. Hollandiában a vágott virágok, Svájcban a pénzügyintézetek és a gyógyszergyárak, Finnországban a mobil telefon és a környezetvédelem stb. (OECD 1999, 2001). A fejlődő országokban is kimutathatók a klaszterek, pl. Indiában 350 „modern” klasztert tartanak nyilván (és 2000 kézművesipari rurális klasztert) (UNIDO 2000).

Klaszterek csak olyan gazdasági szektorban, ágazatban jöhetnek létre, ahol **exportra** (legalábbis régióon kívüli keresletre) termelnek, ezáltal remény és lehetőség van a gyors piaci terjeszkedésre. Ekkor a vállalatoknak érdemes befektetni új technológiákba, továbbá a piac nagy méretéből adódó lehetőségek is csak a vállalatok és kapcsolódó intézmények összefogásával aknázhatók ki. Az együttműködés minden résztvevő partnernek előnyöket jelent, mindenki jobban jár, mintha külön-külön próbálna versengeni. A klasztereknél az „együttműködő verseny” (cooperative competition) különböző formái figyelhetők meg, a hálózatos piaci koordinációs modellel jellemezhetők (Török 2001).

A klaszterekre több modellt dolgoztak ki, amelyekre általánosan jellemző, hogy a **régió vezető iparágainak kulcsvállalataira** épülnek (Lengyel 2001, Porter 2001). Ezek a vállalatok a nagyméretű globális piac miatt erőteljes növekedésre, termelésük gyors bővítésére képesek (1. ábra). A kulcsvállalatok független cégek, sokszor jellemző, hogy közöttük nincs formális együttműködés (pl. a német autógyárak között), hanem erős rivalizálás figyelhető meg. A kulcsvállalatok (magvállalatok) támaszkodnak helyi üzleti partnereikre, beszállítóikra és azok hálózataira. Az egész iparág pedig a helyi gazdasági infrastruktúrára, amely alapvetően determinálja a tartós vállalati versenyelőnyöket.

A térbeli koncentrációnak sokféle megjelenési formája van, vizsgálható a vállalati kapcsolatok jellege, a vállalatok típusai, a társadalmi környezet stb. szerint (Lengyel 2001, Steiner 1998). Bergman és Feser

A klaszterek sematikus modellje



(1999) nyolc eltérő típust határozott meg, az Egyesült Királyságban 2001-ben elvégzett klaszter felmérésben Miller és társai (2001) hat különböző típusból indultak ki. A regionális klaszter lényegében egy **helyi húzóágazat**: a régió olyan domináns iparága/üzletága, amelyik exportképes, a globális versenyben helyt tud állni. Ez a vezető iparág állhat néhány globális vállalatból és beszállítói hálózatukból, pl. a repülőgépgyártásban, de lehet több száz KKV csoportosulása is, mint pl. az olasz textil divatiparban.

A klaszterek egy része **spontán módon** jött létre és semmilyen formális kapcsolat nincs az egymással versengő vállalatok között (pl. filmstúdiók Hollywood-ban), másik részük egy-egy nagyvállalat beszállítói hálózatából nőtt ki (pl. Grazban az autóiipari klaszter), avagy egy-egy intézmény, ügynökség, bizottság végez koordináló tevékenységet a KKV-k tucatjai között (pl. bútorklaszter Manzanoban). A fentiekből adódik, hogy sok esetben nem lehet pontosan megmondani, mely cégek tartoznak a klaszterhez. Sőt a klaszterhez tartozás fogalma is értelmezhetetlen, mivel a hálózatokkal szemben a klaszternek általában nem létezik formális tagsága (Rosenfeld 2001).

A klaszter a helyi gazdaság tartós szektora, nem települ át másik országba vagy térségbe, hanem „be-

ágyazódott” a helyi társadalomba és a gazdaságon kívüli helyi társadalmi-szociális tényezők is hatnak rá. A beágyazódás miatt az is lényeges, hogy a klaszterhez tartozó fontosabb cégek **hazai bázisa (home base) a térségben van**, azaz ott élnek a lényeges döntések előkészítői és meghozói, ott találhatóak a kulcsrészlegek, ott születnek a (stratégiai, pénzügyi, marketing stb.) döntések, ott készülnek a vezértermékek és ott folyik a fejlesztés stb. Egyszóval a vállalatok döntései ebben a lokális környezetben formálódnak, ami kevésbé figyelhető meg a magyar klaszter-képződményeknél (Barta 1997, Buzás 2000/a, Dőry 1998, Grosz 2000., Lengyel 2001).

Porter megfogalmazásában a **regionális klaszter**: egy adott iparág versenyző és kooperáló vállalatai, kapcsolódó és támogató iparágai, pénzügyi intézmé-

nyek, szolgáltató és együttműködő infrastrukturális (háttér)intézmények (oktatás, szakképzés, kutatás), vállalkozói szövetségek (kamarák, klubok) innovatív kapcsolatrendszerén alapuló földrajzi koncentrációja (Porter 2000/a, 16. o.). Lényegében adott tevékenységi körben működő, egymással valamilyen kapcsolatban álló vállalkozások és intézmények földrajzilag koncentrált csoportja, amelyek hasznosítják a lokális technológiai externáliák számtalan variánsát a tudás megosztásától és a tudás túlcsoportulásától (spillover) a kezdő cégek (start-up) magas arányáig. A klaszter nem más, mint egy adott iparághoz tartozó független vállalatok, valamint a hozzájuk kapcsolódó gazdasági szektorok és intézmények olyan halmaza, amelyek relatíve nagy arányban használják egymás termékeit és szolgáltatásait, ugyanazon tudásbázisra és infrastruktúrára támaszkodnak, valamint hasonló innovációkat tudnak hasznosítani (Enright 1998).

A globális verseny a nemzetközi munkamegosztást és a versenyelőnyök forrásait átértékelte, döntővé váltak a **versenyelőnyök lokális forrásai**. Porter szerint napjainkban a globális versenyben nem elkülönült vállalatok vesznek részt, hanem az új munkamegosztás, így a **globális verseny alapegységei a klaszterek** lettek (Porter 1998/a). A klaszterek létre-

jöttének lényege: a vállalatok felismerték, hogy csak a lokális háttérre, lokális üzleti partnereikre támaszkodva tudnak talpon maradni a nagyon erős globális versenyben. Továbbá nemcsak fennmaradhatnak, hanem javíthatják jövedelmezőségüket, valamint alkalmazkodóképességüket is. Jellemzőnek tekinthető, hogy a klaszterszerűen működő cégek jövedelmezősége 2–4%-kal javul és a KKV-k túlélési aránya jóval magasabb, mint az elkülönülten fellépő cégeké.

A klaszter hamar bekerült a gazdaságpolitika eszköztárába is, többek között az OECD által szervezett jelentős konferenciák (pl. 2000 júniusában Bolognában, avagy 2001 és 2002 januárjában Párizsban) fő célja a klaszterek élénkítése során alkalmazott gazdaságpolitikai eszközök áttekintése volt (OECD 2001/a, 2001/b). Az Egyesült Államokban 2001 őszén fejeződött be egy igen nagyméretű klaszter felmérés (cluster map) Michael Porter irányításával, de az Egyesült Királyságban is 2001 tavaszán tették közé a regionális klaszterek felmérésének első eredményeit (Miller 2001, Porter 2001). Nemcsak a fejlett, hanem a fejlődő országokban is több program szolgálja a klaszterek fejlesztését, többek között az ENSZ UNIDO által koordinált kezdeményezések (UNIDO 2000).

AZ IPARÁGI VERSENYELŐNYÖK LOKÁLIS FORRÁSAI

A globális versenyre sokféle sikeres vállalati válasz született, amelyek jelentős része a regionális, helyi környezetből adódó versenyelőnyökre támaszkodik. Mindenütt megfigyelhető az erőteljes **regionális specializáció**, mivel a nagyméretű globális piac miatt a méretgazdaságosság kihasználása alapvetővé vált, amihez a térségben koncentrálni kell az erőforrásokat, így egy-egy régióban csak néhány iparág/üzletág válik globálissá és generál klasztereket. Másik jellemző a kis- és középvállalkozások (KKV-k) körében fellépő igény az együttműködésre, emiatt a **KKV hálózatok és klaszterek** kialakulása napjainkban előtérbe került, mivel egyrészt másképp nem tudnak kilépni a globális piacra (a magas belépési korlátok, a jelentős tranzakciós költségek, a speciális külkereskedelmi ismeretek stb. miatt), másrészt nem tudnak versengeni a helyi piacokon megjelenő globális cégekkel sem.

Tanulmányunk szempontjából a klaszterek esetében a térbeli kiterjedés (a térségi bázis) nagysága a lényeges megkülönböztető kritérium, azaz térben mennyire tömörülnek a klaszter magját alkotó vállalkozások és intézmények. Mint Porter is többször ki-

emelte, mindig a valós gazdasági kapcsolatok által kialakuló vonzaskörzeteket kell tekinteni és nem pl. a közigazgatási területi egységeket (Porter 1998/b). A regionális (azaz térbeli kiterjedéssel jellemezhető) klaszterek három típusa a **térségi bázis kiterjedtsége** szerint (Lengyel 2001, OECD 1999):

- **Makroklaszter**, amelynek térségi bázisa az egész ország, így az iparág versenyző vállalatai, beszállítói vagy partnerszervezeteik megtalálhatók szinte mindegyik régióban.
- **Regionális klaszter**, amikor az iparág versenyző vállalatai és kapcsolódó intézményei földrajzilag koncentrálnak, térségi bázisuk egy régió, vagy egy nagyváros és vonzaskörzete.
- **Lokális klaszterek**, amelyek leginkább egy munkaerő-vonzaskörzetben (ingázási övezetben) működnek, elsősorban kis- és középvállalkozások (KKV-k) helyi hálózataiból állnak.

A fenti felsorolás nem jelent éles elkülönítést, a regionális és lokális kifejezéseket sokszor szinonimaként használják, Porter is „régión” alatt időnként egy-egy városrészt ért (pl. a londoni aukciós klaszternél, avagy a Wall Street-i pénzügyi klaszternél New Yorkban). A regionális és lokális fogalmak között nagy az átfedés, ami egy nagy kiterjedésű országban lokálisnak minősül, az egy kisebb országban regionális, avagy gyakran országos szintű. Napjainkban terjed a **lokális** újabb felfogása: olyan térség, amelyen belül úgy lehet munkahelyet változtatni, hogy közben nem kell lakóhelyet cserélni, azaz lényegében ingázási övezetről, munkaerő-vonzaskörzetről van szó (Rechnitzer 1998). Az OECD említett lokális klaszterekkel foglalkozó, a KKV-kat előtérbe állító világkonferenciáin a lokális fenti értelmezése érhető tetten.

A klaszterek által nyújtott lokális versenyelőnyök forrásait többféleképp lehet rendszerezni, a klaszter vizsgálatok döntő részénél alkalmazott **Porter-féle rombusz-modell négy determinánsból** áll: tényező (input) feltételek, keresleti feltételek, a vállalati versengés és stratégia összefüggései valamint a támogató (kiszolgáló) és kapcsolódó iparágak (Porter 1990, Hoványi 1999). Az 1990-ben megadott modellt Porter 1998-ban átdolgozta és pontosította, kitérve a determinánsok lokális jellemzőire is, ez a kiterjesztés itthon még nem terjedt el (2. ábra). Mivel a piaci verseny jellege iparáganként változik, ezért iparáganként kell feltárnunk a versenyelőnyök lehetséges forrásait is: a rombusz **egy adott iparág lokális környezetének elemeit** írja le (Deák 2000, Lengyel 2000/b, Porter 1998/a, 2000/b).

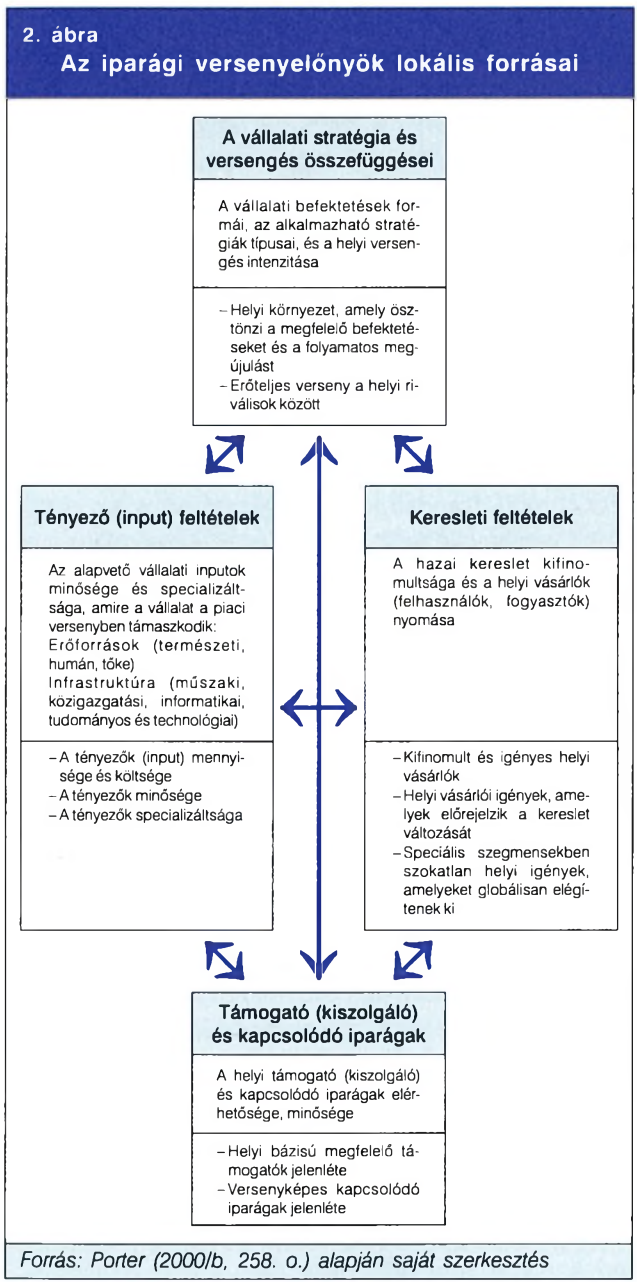
a) **Tényező (input) feltételek:** a vállalati inputokat jelentő erőforrások valamint az erőforrások és a termékek áramlását lehetővé tévő infrastrukturális elemek összességét jelenti. Fontos kiemelni, hogy ezen tényezők közül csak azok bírnak jelentőséggel, amelyek szükségesek az iparág működéséhez (pl. az élelmiszeripar számára általában a jó minőségű mezőgazdasági területek nem jelentenek előnyt, mivel az alapanyag máshonnan is beszerezhető). Specializáltságuk alapján megkülönböztetünk általános és speciális tényezőket. Az **általános tényezők** bármely iparágban felhasználhatóak (pl. szakképzetlen

fizikai munkaerő, közúthálózat stb.). A **speciális tényezők** ezzel szemben mindig **lokálisak és iparág-specifikusak** (pl. iparági témákra specializálódott kutatók, kutatóhelyek, egyedi infrastrukturális létesítmények stb.), és kialakításuk hosszabb időt és jelentősebb befektetést igényel.

Az iparági versenyelőnyök létrejöttében az erőforrások és infrastrukturális elemek **minőségének és specializáltságának** fontosabb szerep jut, mint mennyiségének. Magasabb rendű és tartós versenyelőnyök forrásait csak specializált tényezők nyújthatják, kialakításuk és így utánzásuk hosszabb időt igényel. Egy erőforrás hiánya vagy szűkössége nem jelent feltétlenül versenyhátrányt az iparág számára, hisz távolabbi piacokról is beszerezhető, illetve hiánya innovációra készíthető.

b) **Keresleti feltételek:** a kereslet mennyiségi mutatói (pl. piac mérete, növekedési üteme) is jelentőséggel bírnak a versenyelőnyök kialakulásában, de a **helyi kereslet minőségi jellemzői** (piac szegmensek, igények korai megjelenése, kifinomultsága, független vásárlók száma) sokkal fontosabb szerepet játszanak. Két fogyasztói csoportnak van kiemelt jelentősége. Egyrészt a „**hazai**” **fogyasztóknak**, mivel a tőlük származó vásárlói jelzések gyorsabban és könnyebben jutnak el a vállalkozásokhoz. Másrészt a kifinomult ízlésű (szofisztikált) vagy **igényes fogyasztói csoportoknak**. Ők azok a fogyasztók, akik nyomást gyakorolnak az iparagra, hogy az magas minőségű termékeket állítson elő. A tömegizlés idővel sokszor a kifinomult vásárlók szokásait veszi át, így a helyi igényes vásárlók elvárásainak nyomom követésével előre jelezhetők a piaci kereslet változásai, ami a globális piacra való kilépést is elősegíti.

c) **Támogató (kiszolgáló) iparágak:** azok a vállalkozások, üzleti partnerek, amelyek a vizsgált iparágban az inputokat (anyagokat, eszközöket, szolgáltatásokat stb.) szállítják. A **kapcsolódó iparágak** viszont nem állnak üzleti kapcsolatban a vizsgált iparág vállalataival, de lehetőség van bizonyos tevékenységek megosztására, illetve koordinálására a két iparág között, pl. kiegészítő termékek gyártása (pl. bútorgyártók és szőnyegkészítők). Mind a támogató, mind a kapcsolódó iparágak **helyi jelenléte, elérhetősége és minősége** a tartós versenyelőnyök egyik forrása. A versenyképes partnerek helyi jelenléte a közelség miatt szinergikus hatásokat generál, rugalmasabb együttműködés alakítható ki, mérsékelhető a kockázat, kisebb tranzakciós költségek lépnek fel stb. A támogató és kapcsolódó iparágak között sokszor nem



húzható meg egyértelműen a határvonal, ráadásul a vállalkozások tevékenységének s kapcsolatrendszerének változásával időben sem állandóak a csoportok.

d) **A vállalati stratégia és versengés összefüggései:** a hazai cégek közötti versengés elősegíti a globális versenyben való helytállást, ezért megfigyelhető, hogy ott működnek nemzetközileg is sikeres vállalkozások, ahol a többszereplős belföldi piacon erős a rivalizálás. Ennek következtében maga a verseny is a versenyelőnyök forrásának tekinthető. Természetesen nem adható meg általános recept a vállalkozások stratégiáit tekintve, így ez a determináns országonként – és azon belül iparáganként is – más és más képet mutat: eltérő vállalati és egyéni (munkavállalói, vezetői és befektetői) célokat találunk és a kettő közötti összefüggés jellege is változó. A helyi verseny arculatát a már piacon lévő vállalatok mellett az új belépők is befolyásolják, amit a vállalkozásra ösztönző lokális környezet is elősegíthet. Egy vállalkozás vezetői szakemberei kilépnek a cégtől és új vállalatot alapítanak (spin-off, avagy spin-out), illetve a támogató vállalkozások valamelyike hoz létre belső diverzifikációval egy új leányvállalatot valamilyen cél (alapanyag biztosítása, kutatási feladat stb.) érdekében.

Nem az elkülönült determinánsok, hanem az egész rombusz, a **determinánsok és a közöttük lévő kölcsönhatások** együttesen határozzák meg az iparág versenyelőnyeit. Sikeres vállalatok, iparágak, értéklánc-rendszerek ott működnek, ahol egyrészt az egyes determinánsok hozzájárulnak a versenyelőnyökhöz, másrészt az új kihívások – új piaci igények, versenytársak, innovációk – megjelenése a rombusz determinánsai közötti kölcsönhatások révén erőteljes és gyors alkalmazkodási folyamatokat indukálnak a versenyelőnyök újratermelésére. Porter két tényezőt emelt ki, amelyek szükségesek (de nem elégségesek) ahhoz, hogy a rombuszban leírt helyi tényezők az iparágak tartós versenyelőnyeinek forrásai legyenek: a **térbeli koncentrációt** és az **innovációkat**.

Az adott iparág cégei, valamint a földrajzilag koncentrált kapcsolódó és támogató iparágak **regionális klasztert** alkothatnak, azaz a rombusz-modell lényegében egy klaszter feltételeit írja le. „Bár a (klaszter) fogalom legszorosabban a rombusz kapcsolódó és támogató iparágak determinánsához kapcsolható, azonban jobb, ha úgy tekintünk rá, mint a négy determináns közötti kölcsönhatások eredményére” (Porter 1998/a, 213. o.). A klaszterek létrejöttében az együttműködő vállalkozások alkotta „kritikus tömeg” a leg-

fontosabb tényező, ami sokszor földrajzi vagy politikai okokra, szubjektív tényezőkre vezethető vissza, nem kizárva a véletlen szerepét sem (Buzás 2000/a, 2000/b). Számos klaszter alakult ki spontán módon: az izraeli mezőgazdasági technológiai klaszter, az Omaha-i telemarketing klaszter, vagy a világ legismertebb gazdasági klasztere: Hollywood. A klaszter kialakulását követően már egy öngerjesztő folyamat révén fejlődik tovább, nem kizárva a hanyatlást.

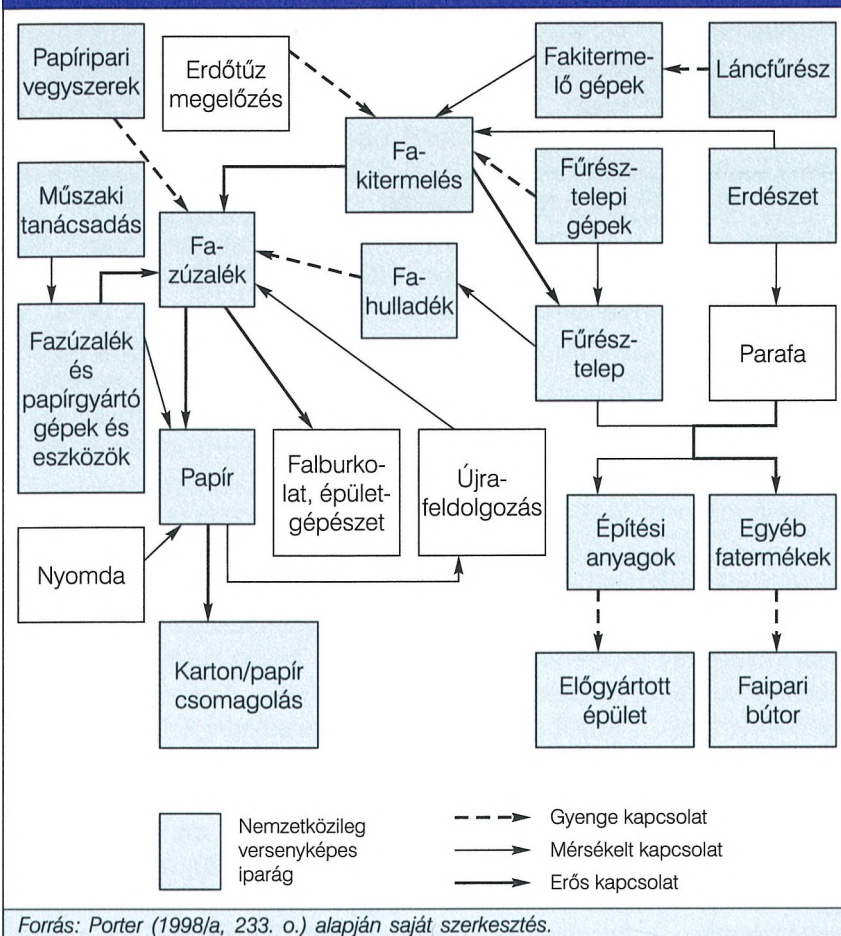
A klaszterek fejlettségüktől és kiterjedésüktől függően különböző formákban jelenhetnek meg, azonban a **legtöbb klaszterben** találunk: végterméket gyártó vállalkozást, speciális inputokat előállító támogató vállalatot, pénzügyi intézményeket, kapcsolódó iparágak vállalkozásait (Porter 1998/a, 199. o.). Ez a kapcsolatrendszer kiválóan látható a svéd faipari klaszter esetében (3. ábra). A végterméket gyártó vállalkozások (bútor, előregyártott épület, papír, építési anyagok) mellett a klaszter része több speciális inputot előállító iparág (papíripari vegyszerek, fakitermelő gépek stb.), speciális szolgáltatók (hulladék újrafeldolgozása, műszaki tanácsadás) és kapcsolódó intézmények (erdőtűz megelőzés). A klaszterben található kapcsolódó és támogató iparágak leg többje maga is nemzetközileg versenyképes, erősítve ezzel a végterméket gyártók – és ezen keresztül a klaszter – versenyképességét.

A rombuszmodell kiválóan rendszerezi az iparági tartós versenyelőnyök helyi forrásait, amelyek az iparág térbeli koncentrációja, ezáltal klaszteresedése esetén használhatók ki. A modell nemcsak felsorolja a helyi versenyelőnyök forrásait, hanem kiváló fogalmi keretet nyújt a helyi gazdaságfejlesztési koncepciók és stratégiák kidolgozásához is (Lengyel 2000/b).

Közgazdasági értelemben a klaszterek döntően az **agglomerációs előnyök**, azaz a gazdasági tevékenységek térbeli koncentrációjából származó előnyök egyik fajtáját, a **lokalizációs előnyöket** hasznosítják: az olyan előnyöket, amelyek forrásai vállalaton kívüliek, de az iparágon belüliek, azaz **külsők a vállalat, de belsők az iparág** számára (Porter 1996). A lokalizációs előnyök nem mások, mint egy adott iparág cégeinek földrajzi koncentrációja, a speciális iparági szaktudás, a speciális iparági intézmények és szakképzés, a közös érdekképviselet, a speciális infrastruktúra stb. által nyerhető előnyök (tipikusan ilyenek az olasz iparági körzetek), amely előnyöket csak az adott iparág (esetleg szorosan kapcsolódó más iparágak) vállalatai élvezhetik éppen speciális tényezőik és igényeik miatt.

3. ábra

Faipari termékek klasztere Svédországban



Kihelyezés (outsourcing): a közelségből adódóan alacsonyak a **tranzakciós költségek**, ami lehetővé teszi számos tevékenység vállalaton kívülre helyezését a helyi cégekhez. A kihelyezés a költségek csökkenését eredményezi, mivel a kihelyezett szolgáltatást nyújtó cég a saját inputjait nagyobb tételekben, így olcsóbban vásárolhatja meg (amennyiben több vásárlója van). Másrészt megéri számára olyan specializált, drága eszközöket beszerezni, amelyek révén csökkentheti a termelés átlagköltségét. A legtöbb cég nem tud lépést tartani a gyorsan fejlődő speciális technológiákkal és eszközökkel, viszont az állandó tanulási és befektetési tevékenység kifizetődő lehet egy erre specializálódott szolgáltatónak (Szabó 1998).

Beszállítók versenyeztetése: a kihelyezett tevékenységet egy klaszterben, ahol a vállalkozások földrajzilag koncentráltan vannak jelen, nemcsak egyetlen cég képes elvégezni, hanem több potenciális beszállító is van. Ezen vállalatok versenyeztetésével a beszerzések költségei csökkenthetők. Ráadásul

a külső beszállítók hálózata révén megszervezett termelés rugalmasabban alakítható, mint a saját alkalmazottakból álló szervezeti struktúra (Kocsis 2000).

Tevékenységek megosztása: a költségek csökkentésének forrása lehet bizonyos tevékenységek megosztása is, mivel a klaszterben előforduló értéklánc-rendszerek kiegészíthetik egymást. Előfordulhat, hogy több értéklánc-rendszer ugyanazon vásárló szükségleteit elégíti ki, mivel a fogyasztó **kiegészítő termékeket** vásárol. Az együttműködésre példa a **közös marketing**, ha több vállalkozás ugyanazon a piacon értékesíti termékeit. Ekkor a közös marketing nem csak az egyes vállalkozások, hanem az egész klaszter, illetve a klaszternek otthont adó régióról kialakult képet is képes pozitívan befolyásolni.

Közös K+F: a klaszter támogató intézményeinek helyi jelenléte, a közös kutatási-fejlesztési tevékenység révén a vállalkozások által hasznosítható **innovációs kapacitás** megnő (Döry-Rechnitzer 2000). A kö-

A KLASZTER HATÁSA A VÁLLALATOK LOKÁLIS VERSENYELŐNYEIRE

Porter a vállalati stratégiát tekintve a versenyelőnyök két alaptípusát különbözteti meg: **költségelőnyök** és **pozicionálás** (termékdifferenciálás) (Chikán 2000). A regionális/lokális klaszterek által a vállalatoknak nyújtott versenyelőnyöket ezen két alaptípus szerint is csoportosíthatjuk (Porter 1998/a, 2000/b) (4. ábra).

A költségelőnyök kialakítása alapvetően a **működési hatékonyság** (termelékenység) javításának eredménye, amely elérhető egyrészt a költségek csökkentésével, másrészt – méretgazdaságosság révén – a termelés növelésével is. Klaszterek esetében a költségek csökkentésének számos további forrása lehet, a **térbeli közelség** sokféle előnyt nyújthat (Porter 1998/a, 259–268. o.).

zös K+F egyrészt költségelőnyöket hordoz magában: a közösen finanszírozott innováció költsége több résztvevő között oszlik meg, ami lehetővé teszi költségelőnyök kialakítását az új termék vonatkozásában, illetve a termékdifferenciálás lehetősége is olcsóbbá válik. Másrészt előfordulhat, hogy bizonyos esetekben csak közös K+F révén van lehetőség új termékek kifejlesztésére, mivel az egyes vállalkozások önállóan nem lennének képesek annak finanszírozására.

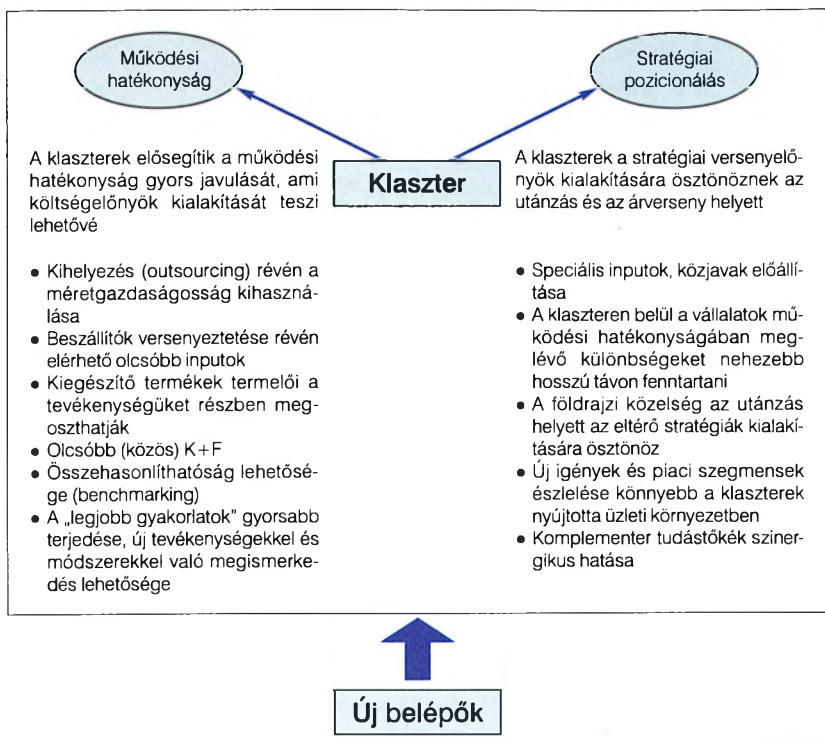
Összemérhetőség (benchmarking): az erős helyi verseny jobb teljesítményre sarkallja a vállalkozásokat. Ugyanazon iparágban tevékenykedő, egymással versengő cégek földrajzi koncentrációja lehetővé teszi, hogy az azonos feladatot ellátó egységek, alkalmazottak teljesítményét össze tudják mérni, tehát a teljesítmény értékelésére (benchmarking) megfelelő összehasonlítási alap áll rendelkezésre.

„Legjobb gyakorlat” gyors elterjedése: egy-egy újabb, hatékonyabb, olcsóbb eljárás gyorsan elterjed a klaszter vállalatai között, főleg a vezető szakértők közötti **informális (személyes) kapcsolatokon** keresztül (a „trükkök ellesése”, a tapasztalatok „meghallása”). Azaz sokkal jobbak az esélyek a költségelőnyök (költségcsökkentések) elérésére és a termelés bővítésére, mintha egy cég közelében nincs klaszter (ha nem sűrűsödnek az iparági vállalatok, hanem a cég elszigetelten működik). Ráadásul a közelségből adódóan az információk áramlása hatékonyabb egy klaszteren belül, aminek forrása gyakran a másik cégtől átjövő munkaerő, aki a versenytársnál szerzett tapasztalatokat hozza magával új munkahelyére. A munkahelycserénél pedig a távolságnak döntő szerepe van (Szabó 1999).

A globális versenyben a vállalati tartós versenyelőnyök főleg **stratégiai pozicionálásból** erednek, amire a klaszterek is ösztönöznek. A magas munkabéru fejlett országok vállalatainak kicsi az esélye, hogy a költségeket tekintve versenyben tudnak maradni a jóval olcsóbb munkabéru fejlődő országokkal. Igaz ez még akkor is, ha termelékenységük sokkal magasabb. Az

4. ábra

A klaszterek által nyújtott lokális vállalati versenyelőnyök



Forrás: Porter (2000/a 21–25. o., 2000/b, 266. o.) alapján saját szerkesztés.

utánzás és az árverseny (az olcsóság) a fejlett országoknak kedvezőtlen, így a klaszterhez tartozó vállalatok rákényszerülnek **termékdifferenciáláson** alapuló stratégiai versenyelőnyök kialakítására. A termékdifferenciáláshoz legfontosabb a gyors és pontos információ a piacról, amire a versenytársak közelsége miatt szert tudnak tenni, így a piaci igények változását viszonylag gyorsan és jó hatásfokkal (kis kockázattal) észlelik, mivel összeadódnak a különböző vállalatoknál levő információk, elemzések, következtetések. Az is lényeges, hogy a **beszállítók, háttérintézmények helyi jelenléte**, az ebből adódó alacsonyabb tranzakciós költségek lehetővé teszik a kis sorozatban eladható, rugalmas gyártást feltételező termékek/szolgáltatások előállítását, amelyek kevésbé érzékenyek.

Speciális inputok és közjavak előállítása: az adott iparág földrajzilag koncentrállódó gazdasági tevékenységéből adódó nagyobb kereslet lehetővé teszi a vállalkozások számára speciális inputok gazdaságos előállítását, amelyek a pozicionáláshoz elengedhetetlenek. A speciális inputok, egyedi infrastrukturális elemek gyakran **közjavakként** jelennek meg, ugyanis ezeket a jószágokat egy-egy önálló cég nem

lenne képes egyedül finanszírozni, mivel gyakran jelentős beruházást igényelnek. Ez általában a speciális termelési tényezőkre jellemző (pl. iparág-specifikus infrastrukturális elemek, képzési programok stb.), de Porter ide sorolja a klaszterbeli cégek működése során felhalmozódott tapasztalatokat, ismereteket is (Porter 1998/a, 218. o.). Ezen közjavak egy része nem tudatos befektetési tevékenység eredménye, nem anyagi természetű, hanem hosszabb idő alatt a vállalkozások működésének mintegy „melléktermékeként” alakul ki (pl. a hely kedvező megítélése, üzleti környezet, innovációs milió, felhalmozott szaktudás stb.), ilyennek tekinthető a vállalkozások együttműködése révén kialakult **bizalom** is.

Hatékonyág kiegyenlítődése: a klaszteren belül az egyes vállalatok hatékonyságában csak rövid távon figyelhetők meg különbségek, mivel a hatékonyabb eljárások gyorsan elterjednek. Így a vállalatok versenyelőnyeiket megújítani csak stratégiai pozicionálással képesek, emiatt is rákényszerülnek a **folyamatos innovációra**, ami javukra válik a globális versenyben.

Utánzás helyett eltérő stratégiák: a klaszter fejlődésével erősödik a helyi cégek közötti rivalizálás, ezért a vállalatok versenyelőnyeiket csak egyedi stratégiával képesek megőrizni. Mivel a klaszterhez tartozó cégek hasonló külső feltételek (pl. munkabér, szolgáltatási díjak stb.) között működnek, így az utánzás helyett más módját kell találni annak, hogy versenyben tudjanak maradni (Porter 1998/a, 219. o.).

Piaci információk áramlása: a vállalatok gyorsabban, könnyebben és olcsóbban férhetnek hozzá olyan információkhoz, mely a klaszterben található többi vállalkozás, intézmény rendelkezésére áll. Az információk közül kiemelt szerepe van az **új igények és piaci szegmensek** észlelésének, a jövőben várható fogyasztói szokásokra vonatkozó ismereteknek, amit a klaszterhez tartozó kifinomult vásárlók szolgáltatathatják a vállalkozások számára. Emellett a földrajzi koncentráció révén olcsóbban valósítható meg a versenytársak megfigyelése, új technológiai, működési vagy szállítási lehetőségek korai felismerése, és a beszállítókkal kialakított szorosabb kapcsolat elősegíti a velük együttműködésben születő közös innovációk kidolgozását.

Komplementer tudástőkék: a közös K+F nemcsak költségelnyők kialakítását teszi lehetővé. A különböző kompetenciákkal rendelkező cégek együttműködése eredményeként erőforrás-korlátjuk kitégúal a „komplementer tudástőkék integrálása révén kibontakozó szinergikus hatások” következményeként (Kocsis 2000, 484. o.). A szellemi tőke tudatos mene-

dzelésekor támaszkodni lehet a térségi összefüggésekre is (Farkas 2001). Ez pedig a létrejövő újítások hatására lehetőséget nyújt stratégiai pozicionálásra, termékdifferenciálásra.

A klaszterben található vállalkozások sikerei azonban az iparágba **új belépőket** is vonzanak, mivel a térségi koncentráció miatt alacsonyak a belépési korlátok és mérsékelt a kockázat. Az új versenytársak fenntartják a klaszter vállalataira nehezedő nyomást, ezzel is sarkallva őket versenyelőnyeik megújítására. A helyi versengés intenzitásának erősítése mellett ezek az új belépők lehetnek új beszállítók is, akik mind a költségelnyők javulásához, mind a termékdifferenciáláshoz hozzájárulhatnak. De lehetnek új piaci réseket felismerő vállalkozások is, ezáltal a klaszter alkalmazkodó készsége is folyamatos, elősegítve egyúttal a régió dinamikus gazdasági növekedését.

A fentiek alapján egyértelmű, hogy a globális versenyben a klaszterek jelentős előnyöket nyújtanak a vállalatok számára, ezért a klaszterben meglévő versengést is célszerű vállalni. A klaszter a lokális versenyelőnyök változatos forrásait kínálja, amelyek többsége akkor hatékony, ha az üzleti és intézményi partnerek földrajzilag közel vannak egymáshoz, azaz térben tömörülnek.

ÖSSZEGZÉS

A globális verseny hatására a vállalati versenyelőnyök forrásai nemcsak a vállalatban és az iparágban gyökereznek, hanem egyre inkább lokális környezetükben. A vállalati stratégiákban – épüljön az akár költségelnyőkre, akár termékdifferenciálásra – a környezetükben (klaszterben) található vállalkozásokkal való együttműködést nem célszerű figyelmen kívül hagyni. A regionális/lokális klaszterek nagyon változatos formái figyelhetők meg a fejlett országokban, sikereik miatt napjainkban a fejlődő országokban is elindult a fejlesztésük.

Úgy is meg szokták fogalmazni a klaszterek hatásait, hogy egy kisebb vállalat hozzájut mindazokhoz az előnyökhöz, információkhoz, mintha egy nagyvállalat része (leányvállalata) lenne, miközben pénzben nem fizeti meg ennek költségeit (lokális pozitív externáliát élvez, másképpen agglomerációs előnyökhöz jut). A KKV-k számára ezért a fennmaradás és fejlődés szinte egyetlen útja helyi hálózatokhoz, klaszterekhez való kapcsolódás. Viszont ezek az előnyök főleg a földrajzi közelségből, a személyes kapcsolatokból, a lokális „együttlétből” erednek, amit a virtuá-

lis (számítógépes hálózati) kapcsolatok sem képe-
sek helyettesíteni.

Az Európai Unióban és Magyarországon is az
utóbbi években kiemelt szerepet szán a gazdaságpo-
litika a KKV-knak. Mivel a globális verseny hatására a
KKV-k nagyon sok helyen lokális klaszterekbe tömő-
rülnek, így fejlődésük támogatása elősegítheti ennek
a vállalati körnek a megerősödését, jövedelmezősé-
gének javulását is. Magyarországon a klaszterek fej-
lesztése egyúttal a regionális politika és a területfej-
lesztés egyik hatékony eszközeként funkcionálhat,
megvalósítva az alulról szerveződő (bottom-up) gaz-
daságfejlesztést.

IRODALOM

BARTA GY. (1997): Műszaki versenyképesség az átmeneti
gazdaságban: külföldi és hazai vállalatok a magyar ipar-
ban. *Tér és Társadalom*, 4. 105–130.o.
BERGMAN, E.M. – FESER, E.J. (1999): Industrial and Re-
gional Clusters: Concepts and Comparative Applications.
Regional Research Institute, West Virginia University (The
Web Book of Regional Science)
BUZÁS N. (2000/a): Klaszterek: kialakulásuk, szerveződé-
sük és lehetséges megjelenésük a Dél-Alföldön. *Tér és
Társadalom*, 4. 109–123.o.
BUZÁS N. (2000/b): Klaszterek a régiók versengésében. In
Farkas B. – Lengyel I. (szerk.): *Versenyképesség – regio-
nális versenyképesség*. SZTE Gazdaságtudományi Kar
Közleményei, JATEPress, Szeged, 58–66. o.
CHIKÁN A. (2000): Vállalatgazdaságtan. Aula, Budapest.
DEÁK SZ. (2000): A Porter-féle rombuszmodell főbb köz-
gazdasági összefüggései. In Farkas B. – Lengyel I. (szerk.):
Versenyképesség – regionális versenyképesség. SZTE
Gazdaságtudományi Kar Közleményei, JATEPress, Sze-
ged, 67–87. o.
DÖRY T. (1998): Beszállítói kapcsolatok és az ipari együtt-
működés lehetséges klaszterei a Közép-Dunántúlon. *Tér
és Társadalom*, 3. 88–92.o.
DÖRY T. – Rechnitzer J. (2000): Regionális innovációs stra-
tégiák. OM, Budapest.
ENRIGHT, M.J. (1998): Regional Clusters and Firm Strategy.
In Chandler, Alfred D. – Hagström, P. – Sölvell, Ö. (ed):
*The Dynamic Firm: The Role of Technology, Strategy, Organi-
zation, and Regions*. Oxford University Press, New York,
315–342. o.
ENYEDI GY. (2000): Globalizáció és magyar területi fejlő-
dés. *Tér és Társadalom*, 1. 1–10. o.
Farkas F. (2001): A kompetenciák fejlesztésének regionális
összefüggései és tapasztalatai. *Tér és Társadalom*, 3–4.
25–38.o.
GROSZ A. (2000): Ipari klaszterek. *Tér és Társadalom*, 2–3.
43–52.o.
HOVÁNYI, G. (1999): A vállalati versenyképesség makro-
gazdasági és globális háttere. *Közgazdasági Szemle*, 11.
1013–1029. o.
KOC SIS É. (2000): Új szervezeti formák a modern kapitaliz-
musban. In Bara Z. – Szabó K. (szerk.): *Gazdasági rend-
szerek, országok, intézmények: bevezetés az összehason-
lító gazdaságtanba*. Aula, Budapest, 467–515. o.

LENGYEL I. (2000/a): A regionális versenyképességről. *Köz-
gazdasági Szemle*, 12. 962–987. o.
LENGYEL I. (2000/b): Porter-rombusz: a regionális gazda-
ságfejlesztési stratégiák alapmodellje. *Tér és Társadalom*,
4. 39–86. o.
LENGYEL I. (2001): Iparági és regionális klaszterek: tipizálá-
suk, térbeliségük és fejlesztésük főbb kérdései. *Vezetéstu-
domány*, 11. 19–43.o.
MILLER, P – BOTHAM, R. – GIBSON, H. MARTIN, R. – MOORE,
B. (2001): *Business Clusters in the UK*. DTI, London.
PORTER, M.E. (1990): *The Competitive Advantage of Na-
tions*. Free Press, New York.
PORTER, M.E. (1996): *Competitive Advantage, Agglomera-
tion Economies, and Regional Policy*. *International Re-
gional Science Review*, 1–2, 85–94. o.
PORTER, M.E. (1998/a): *On Competition*. Free Press, New York.
PORTER, M. E. (1998/b): *Clusters and the New Economics
of Competition*. *Harvard Business Review*, 6, 77–90.o.
PORTER, M.E. (1999): *Regionális üzletági központok – a
verseny új közgazdaságtana*. *Harvard Business Manager*,
4. 6–19. o.
PORTER, M.E. (2000/a): *Location, Competition, and Eco-
nomic Development: Local Clusters in a Global Economy*.
Economic Development Quarterly, 1, 15–34.o.
PORTER, M.E. (2000/b): *Locations, Clusters, and Company
Strategy*. In Clark, G.L. – Feldman, M.P. – Gertler, M.S.
(eds): *The Oxford Handbook of Economic Geography*. Ox-
ford University Press, 253–274.o.
PORTER, M.E. (2001): *Clusters of Innovation: Regional
Foundations of U.S. Competitiveness*. Council of Competi-
tiveness, Washington.
PORTER, M.E. – SÖLVELL, Ö. (1998): *The Role of Geography
in the Process of Innovation and the Sustainable Competi-
tive Advantage of Firms*. In Chandler, A.D – Hagström, P. –
Sölvell, Ö. (eds): *The Dynamic Firm*. Oxford University
Press, Oxford, 440–457.o.
RECHNITZER J. (1998): *Területi stratégiák*. Dialog Campus,
Budapest–Pécs.
ROSENFELD, S. A. (2001): *Backing into Clusters: Retrofitting
Public Policies. Integration Pressures: Lessons from Around
the World*, John F. Kennedy School Symposium, Harvard
University, March 29–30.
STEINER, M.E. (1998): *The Discrete Charm of Clusters: An
Introduction*. In Steiner, M. (ed): *Clusters and Regional
Specialisation*. On Geography Technology and Networks.
Pion Limited, London, 1–17.o.
SZABÓ K. (1998): *Kihelyezési hullám*. *Közgazdasági Szem-
le*, 2, 137–153. o.
SZABÓ K. (1999): *A tudás globális piaca és a lokális tanu-
lás*. *Közgazdasági Szemle*, 3, 278–294. o.
TÖRÖK Á. (2001): *Piacgazdasági érettség többféleképpen?*
Közgazdasági Szemle, 9. 707–725.o.
UNIDO (2000): *Promoting Enterprise Through Networked
Regional Development*. UNIDO, Vienna International Cen-
tre, Vienna.

A szerzők:

*Lengyel Imre a közgazdaságtudomány kandidátusa,
tanszékezet vezető egyetemi docens,
SZTE Gazdaságtudományi Kar Regionális
és Alkalmazott Gazdaságtani Tanszék (Szeged),
Deák Szabolcs doktorandusz hallgató, egyetemi
tanársegéd, SZTE Gazdaságtudományi Kar
Regionális és Alkalmazott Gazdaságtani Tanszék
(Szeged)*