

# Spis treści

|                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Wprowadzenie</b>                                               | 9  |
| <br><b>Rozdział 1</b>                                             |    |
| Koncepcja klastrów a teoria regulacji systemów gospodarczych      | 16 |
| 1.1. Regulacja gospodarki jako pojęcie teoretyczne                | 17 |
| 1.2. Konceptualizacja pojęcia „regulacji” w naukach ekonomicznych | 18 |
| 1.3. Klasyfikacje i typologie mechanizmów regulacji               | 21 |
| 1.4. Model regulacji branży                                       | 25 |
| 1.5. Podsumowanie                                                 | 29 |
| <br><b>Rozdział 2</b>                                             |    |
| Koncepcje teoretyczne klastrów                                    | 30 |
| 2.1. Geneza koncepcji klastrów jako systemu regulacji             | 30 |
| 2.2. Przyczyny i ekonomiczne wyjaśnienia powstawania klastrów     | 31 |
| 2.2.1. Poszukiwanie korzyści skali                                | 31 |
| 2.2.2. Redukcja kosztów transakcyjnych                            | 32 |
| 2.2.3. Globalizacja                                               | 33 |
| 2.3. Klaster – problemy definicyjne                               | 34 |
| 2.4. Atrybuty klastra                                             | 37 |
| 2.5. Typologie klastrów                                           | 42 |
| 2.6. Identyfikacja klastra                                        | 48 |
| 2.7. Podsumowanie                                                 | 50 |

### **Rozdział 3**

|                                                                                                  |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Koncepcje teoretyczne konkurencyjności przedsiębiorstwa                                          | 51 |
| 3.1. Pojęcie konkurencyjności – definicja, charakter, klasyfikacje                               | 51 |
| 3.2. Definicje i pomiar konkurencyjności przedsiębiorstwa – przegląd literatury                  | 56 |
| 3.3. Konkurencyjność przedsiębiorstwa – próba modelu                                             | 65 |
| 3.4. Konceptualizacja i operacjonalizacja pojęcia konkurencyjności przedsiębiorstwa – propozycja | 66 |
| 3.5. Podsumowanie                                                                                | 71 |

### **Rozdział 4**

|                                                                               |    |
|-------------------------------------------------------------------------------|----|
| Teoretyczne koncepcje internacjonalizacji przedsiębiorstwa                    | 78 |
| 4.1. Model sekwencyjny (konwencjonalny, tradycyjny, ewolucyjny)               | 78 |
| 4.2. Internacjonalizacja niekonwencjonalna, internacjonalizacja symultaniczna | 88 |
| 4.3. Internacjonalizacja w ujęciu podejścia sieciowego                        | 91 |
| 4.4. Podsumowanie                                                             | 98 |

### **Rozdział 5**

|                                                                                                              |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tryptyk: klaster-konkurencyjność-internacjonalizacja                                                         | 99  |
| 5.1. Schemat analityczny tryptyku: klaster-konkurencyjność-internacjonalizacja                               | 99  |
| 5.2. Oddziaływanie klastra na konkurencyjność firm uczestników klastra                                       | 104 |
| 5.2.1. Efekty przenikania wiedzy jako przejaw wpływu klastra na konkurencyjność firm                         | 106 |
| 5.2.2. Interakcje jako przejaw relacji między uczestnikami klastra i ich znaczenie dla konkurencyjności firm | 109 |
| 5.2.3. Bariery w przejmowaniu korzyści z tytułu partycypacji w klastrze                                      | 111 |
| 5.3. Oddziaływanie klastra na internacjonalizację przedsiębiorstw – jego uczestników                         | 111 |
| 5.4. Podsumowanie                                                                                            | 115 |

### **Rozdział 6**

|                                                                                               |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Badania empiryczne klastra meblarskiego, kotlarskiego i motoryzacyjnego                       | 116 |
| 6.1. Przedmiot badań                                                                          | 116 |
| 6.2. Metoda badawcza                                                                          | 116 |
| 6.3. Kwestionariusz – narzędzie badawcze                                                      | 117 |
| 6.4. Metoda doboru próby badawczej i technika statystyczna zastosowana do porównania klastrów | 118 |

|                                                                                                                                                        |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 6.5. Próba badawcza – charakterystyka                                                                                                                  | 122 |
| 6.6. Klastery a konkurencyjność przedsiębiorstwa                                                                                                       | 127 |
| 6.6.1. Potencjał konkurencyjny badanych przedsiębiorstw                                                                                                | 127 |
| 6.6.2. Porównanie klastrów według głównych czynników lokalizacji firmy w regionie                                                                      | 130 |
| 6.6.3. Strategia i pozycja konkurencyjna badanych firm                                                                                                 | 131 |
| 6.6.4. Porównanie klastrów według skutków podjęcia przez firmy kooperacji z innymi firmami z punktu widzenia konkurencyjności badanych przedsiębiorstw | 141 |
| 6.7. Klastery a internacjonalizacja przedsiębiorstwa                                                                                                   | 142 |
| 6.7.1. Aktywność eksportowa oraz znaczenie kooperacji dla internacjonalizacji badanych firm                                                            | 142 |
| 6.7.2. Porównanie klastrów według znaczenia kooperacji z wybranymi podmiotami dla internacjonalizacji przedsiębiorstw badanych                         | 146 |
| 6.8. Działania samorządu gospodarczego                                                                                                                 | 146 |
| 6.9. Instrumenty polityki gospodarczej                                                                                                                 | 147 |
| 6.10. Analiza skupień jako metoda segmentacji zachowań przedsiębiorstw ze względu na wybór lokalizacji w regionie wielkopolskim                        | 155 |
| 6.10.1. Założenia teoretyczne                                                                                                                          | 155 |
| 6.10.2. Wyniki analizy                                                                                                                                 | 156 |
| 6.10.3. Podsumowanie analizy skupień                                                                                                                   | 162 |
| 6.11. Podsumowanie wyników badań empirycznych                                                                                                          | 162 |

## **Rozdział 7**

|                                                                                                                                   |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Zalecenia normatywne                                                                                                              | 165 |
| 7.1. Sposoby kreacji klastra – punkt wyjścia zaleceń normatywnych                                                                 | 166 |
| 7.2. Zalecenia dla firm                                                                                                           | 167 |
| 7.2.1. Globalizacja a uczestnictwo w klastrze                                                                                     | 167 |
| 7.2.2. Eskalacja interakcji między uczestnikami klastra                                                                           | 169 |
| 7.2.3. Świadomość korzyści i kosztów z internacjonalizacji – poszukiwanie równowagi w strategii ekspansji rynkowej                | 174 |
| 7.2.4. Pozytywne nastawienie firm lokalnych do przedsiębiorstw zagranicznych                                                      | 176 |
| 7.2.5. Poszukiwanie miejsca w łańcuchu tworzenia wartości – remedium na niski poziom umiędzynarodowienia firmy-uczestnika klastra | 178 |
| 7.2.6. Konstrukcja prawna klastra i finansowanie inicjatyw klastrowych w Polsce                                                   | 181 |
| 7.3. Zalecenia dla samorządu                                                                                                      | 181 |

|                                                                                                   |         |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| 7.4. Zalecenia dla polityki gospodarczej                                                          | 186     |
| 7.4.1. Pobudzanie współpracy                                                                      | 187     |
| 7.4.2. Pobudzanie przedsiębiorczości                                                              | 189     |
| 7.4.3. Przyjazne nastawienie do inwestorów zagranicznych i pobudzanie czynnej internacjonalizacji | 190     |
| 7.5. Podsumowanie                                                                                 | 192     |
| <br><b>Zakończenie</b>                                                                            | <br>194 |
| <b>Bibliografia</b>                                                                               | 197     |
| <b>Załącznik – Kwestionariusz ankiety</b>                                                         | 219     |