

KLASTRY JAKO PLATFORMA ROZWOJU INTERNACJONALIZACJI PRZEDSIĘBIORSTW NA PODSTAWIE EKONOMII WSPÓŁDZIELENIA

KOD JEL: C3, F2, F4

Paweł Mieczan

Wydział Ekonomii, Finansów i Zarządzania, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin, Polska
e-mail: pawelmieczan@gmail.com

STRESZCZENIE

W literaturze naukowej prezentowane są różne podejścia do zagadnienia ekonomii współdzielenia (*economy sharing*). Dostępne definicje w znaczącej części odnoszą się do jego interpretacji w odniesieniu do modelu konsumpcyjnego, szczególnie w ujęciu innowacyjnych platform technologicznych. Równocześnie, w opinii autora, termin ten może być rozpatrywany w aspekcie kooperacji przedsiębiorstw jako sposób na optymalizację korzyści i skali, ale także obniżenie poziomu ryzyka. Modelowym przykładem ekonomii współdzielenia w ujęciu B2B są organizacje klastrowe, a zatem regionalne zrzeszenia przedsiębiorstw funkcjonujących w tym samym lub w pokrewnych sektorach, ze współudziałem np. instytucji naukowych, finansowych czy administracyjnych. Struktury klastrów, mechanizmy ich funkcjonowania oraz modele biznesowe działalności ukierunkowane są na osiągnięcie podstawowego ich celu, jakim jest wzrost konkurencyjności podmiotów do nich należących. Ma to zastosowanie zarówno w odniesieniu do działalności krajowej, jak i do procesów umiędzynarodowienia. Co więcej, to właśnie proces umiędzynarodowienia może przyczynić się do wzrostu konkurencyjności na rynku krajowym, ze względu na m.in. konieczność dostosowania do niejednokrotnie wyższych wymogów jakościowych obowiązujących na rynkach zagranicznych i tym samym przeniesienia ich na rynek polski. Te specyficzne uwarunkowania powodują, że właściwe przygotowanie przedsiębiorstw do internacjonalizacji oraz budowanie wokół nich sieci partnerstwa służącej współdzieleniu zasobów może przyczynić się do maksymalizacji zysków i optymalizacji kosztów sektora biznesowego. Celem artykułu jest badanie aspektów praktycznego zastosowania modelu ekonomii współdzielenia dla internacjonalizacji podmiotów skupionych wokół klastrów.

SŁOWA KLUCZOWE

ekonomia współdzielenia, internacjonalizacja, klastry

WPROWADZENIE

Istnieje wiele definicji zjawiska ekonomii współdzielenia, jednak brakuje jego jednoznacznej interpretacji. Wynika to m.in. z różnego podejścia do znaczenia współdzielenia w ujęciu dysponowania danymi zasobami. Realia i trendy rynkowe coraz częściej wskazują na odejście od posiadania w sensie fizycznym na rzecz dysponowania (dostępu) w określonym czasie i określonych warunkach. Jako przykłady współdzielenia często podawane są Uber oraz Airbnb. Rzadko natomiast poruszane jest to zjawisko w odniesieniu do relacji B2B służących dostarczaniu wartości klientowi. Jednym z podstawowych przykładów współdzielenia w ujęciu *stricte* biznesowym mogą być konsorcja przedsiębiorstw, które mając indywidualnie określone zasoby decydują się na podjęcie kooperacji celem przedstawiania kompleksowej oferty swoim potencjalnym odbiorcom. Niejednokrotnie taka kooperacja przebiega w sposób mniej formalny, ale również poprzez np. tworzenie podmiotów gospodarczych – spółek prawa handlowego. Zarówno w jednym, jak i w drugim przypadku kluczowe znaczenie dla powodzenia współdzielenia odgrywa kapitał jakim jest zaufanie.

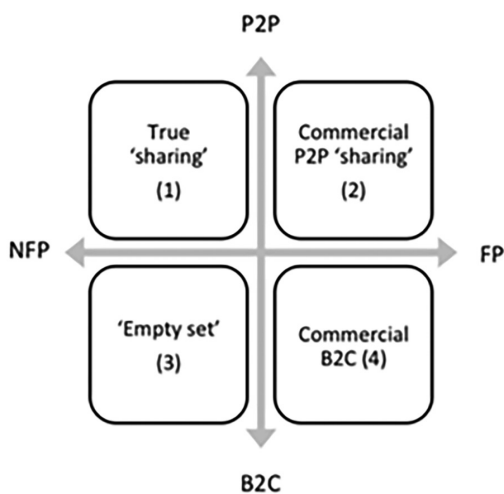
Zmieniające się otoczenie gospodarcze związane jest ze wzrostem znaczenia kooperacji jako czynnika kreowania przewag konkurencyjnych. To właśnie w tym ujęciu pojawia się również pojęcie koopetycji, jako zjawiska oznaczającego równoczesne konkurowanie, jak i kooperowanie. W opinii autora to właśnie w koopetycji swoje podłoże znajduje ekonomia współdzielenia.

Niejednoznaczność definicji i interpretacji pojęcia ekonomii współdzielenia może wynikać także z głównej linii podziału pomiędzy źródłami ekonomicznymi i nieekonomicznymi. Jak wskazuje Botsman (2011) przez ekonomię współdzielenia należy rozumieć system, który aktywizuje niewykorzystaną wartość wszelkiego rodzaju aktywów za pomocą modeli i platform handlowych, umożliwiających większą wydajność i dostęp. Dla Pakulskiej (2017) ekonomia współdzielenia oznacza możliwość zarabiania z wykorzystaniem własnych dóbr materialnych i niematerialnych, które dotychczas nie były wykorzystywane. Belk (2007) z kolei zwraca uwagę, że dzielenie to alternatywna forma dystrybucji polegająca na wymianie dóbr. Porównanie tych alternatywnych trybów wskazuje, że dzielenie się może wspierać społeczność, oszczędzać zasoby i tworzyć pewne synergie. Dodatkowo polega ono na udostępnianiu posiadanych zasobów innym, jak również przyjmowaniu zasobów stanowiących własność innych. Rude (2015) jako motywy dzielenia wskazuje m.in. względy ekonomiczne, społeczne, jak i praktyczne. Działanie to wzmacnia bowiem powstawanie nowych więzi międzyludzkich, ale także pozwala zaoszczędzić czas.

Badanie Wallensteina i Shelata (2017) wskazuje, że głównym powodem, dla którego konsumenci traktują współdzielenie jako użyteczne jest to, że dostarcza ono dużą wartość ekonomiczną. Potwierdza to Rude (2015), którego zdaniem ukierunkowana na sukces działalność przedsiębiorstw w ramach gospodarki współdzielenia wyraża się w kreacji wartości dla klienta w różnych płaszczyznach, tj. ekonomicznej, społecznej, praktycznej i środowiskowej opartej na dynamicznym rozwoju sieci, zarówno technologicznych (internet), jak i społecznych (sieci społeczne). Sztokfisz (2017) traktuje gospodarkę współdzielenia jako „alternatywny model konsumpcji, którego celem jest zwiększenie efektywności wykorzystywanych zasobów i tworzenie nowej wartości dla społeczeństwa”. Równocześnie podkreśla on znaczenie cyfryzacji, która pozwoliła na wytworzenie narzędzi, dzięki którym ten model mógł zaistnieć. Jak zaznacza: „w opracowaniach naukowych dominuje podejście, według którego gospodarka współdzielenia

to alternatywny model konsumpcji, stawiający w centrum dostęp do danego dobra bez konieczności jego posiadania”. Konkluduje równocześnie, że tymczasowy dostęp jest podstawą dzielenia się, które umożliwi bardziej efektywne wykorzystanie zasobów. Jak zaznacza Sztokfisz, główna linia podziału między zwolennikami oraz krytykami ekonomii współdzielenia, przebiega wokół założenia o nastawieniu na zysk, lub jedynie o uwzględnieniu jego elementów. Poniatowska-Jaksch (2016) zauważa z kolei, że badacze są zgodni, co do cech ekonomii współdzielenia w ujęciu uczestników transakcji (dostawcy usług, użytkownicy, pośrednicy łączący za pośrednictwem platform internetowych usługodawców z użytkownikami i obsługującymi transakcje pomiędzy nimi). Dostęp a nie własność stanowi podstawowy warunek prowadzenia działalności gospodarczej oraz charakteru transakcji (której przedmiotem są zarówno aktywa materialne i niematerialne udostępniane np. w wyniku wynajmu, użyczenia, barteru czy też wymiany). Sundararajan (2014) wskazuje trzy elementy, na które składa się ekonomia współdzielenia. Są to platformy, przedsiębiorcy oraz konsumenci. Platformy ułatwiają bezpośrednią wymianę towarów i usług między partnerami. Przedsiębiorcy to osoby fizyczne lub małe firmy, które dostarczają towary i usługi na rynek, natomiast konsumentami są często osoby indywidualne stanowiące czynnik popytowy.

Analizując ekonomię współdzielenia, badacze bardzo często dokonują jej podziału. Schor (2014) podaje cztery główne kategorie aktywności związanych z ekonomią współdzielenia i są to recyrkulacja towarów, zwiększone wykorzystanie aktywów trwałych, wymiana usług oraz współdzielenie aktywów produkcyjnych. Autorka wyróżnia także dwa typy platform, tj. dla zysku i *non profit*. Dodatkowo zaznacza, że niejednokrotnie pojęcie ekonomii współdzielenia jest wykorzystywane jedynie jako narzędzie marketingowe, promujące innowacyjność i pozytywny wizerunek. Do typu platformy odnoszą się również Condagone i Martens (2016), którzy zaprezentowali matrycę przedstawiającą właściwe pojęcie gospodarki współdzielenia w odróżnieniu do rozwiązań wykorzystujących marketingowo to pojęcie.



Rysunek 1. Macierz ekonomii współdzielenia

Źródło: Codagnone, Martens (2016).

Condagone i Martens wskazują, że istota ekonomii współdzielenia jest węższa, aniżeli jest to powszechnie przedstawiane. Najczystsza forma ekonomii współdzielenia odnosi się do działalności nie dla zysku w relacji użytkownik–użytkownik. Druga forma z kolei odwołuje się do platform użytkownik–użytkownik, jednak w ujęciu biznesowym. Trzecia forma dotyczy działalności społecznej czy filantropijnej przedsiębiorstw, natomiast ostatnia standardowych relacji biznes–konsument. Pomimo odwołania do ekonomii współdzielenia, nie różnią się one od innych platform B2C. Jak wskazuje Poniatowska-Jaksch (2018): „W XXI w. najbardziej perspektywicznym segmentem gospodarki cyfrowej jest model platform. Tego typu przeobrażenia implikują zmiany w podejściu do procesu internacjonalizacji przedsiębiorstw. Najbardziej spektakularne sukcesy odnotowują przedsiębiorstwa powszechnie utożsamiane z gospodarką współdzielenia, takie jak Uber czy Airbnb”.

Bez względu na pojęcie niezmiennie pozostaje, że mamy do czynienia z uczestnikami procesu (stroną popytową i podaźową) oraz platformą. Głównie spotykanymi w literaturze odniesieniami są te związane z relacjami B2C czy C2C. Obszar ekonomii współdzielenia rzadziej analizowany jest natomiast w ujęciu relacji B2B, podczas gdy to właśnie w tego typu relacjach jest on równie często spotykany.

Analiza literatury niejednokrotnie wskazuje na użycie nowoczesnych technologii i cyfryzacji, jako głównych narzędzi sprzyjających ekonomii współdzielenia. Istnieje jednak rynkowa możliwość wykorzystania tradycyjnych platform i narzędzi do realizacji podstawowych założeń ekonomii współdzielenia.

KLASTRY JAKO PLATFORMA WSPÓŁDZIELENIA

Porter (2011) zdefiniował klastry jako geograficzne skupisko wzajemnie powiązanych firm, wyspecjalizowanych dostawców, jednostek świadczących usługi, firm działających w pokrewnych sektorach i związanych z nimi instytucji (np. uczelni wyższych, jednostek normalizacyjnych i stowarzyszeń branżowych) w poszczególnych dziedzinach konkurujących między sobą, ale również współpracujących.

Idea klasteringu jest aktualnie bardzo rozpowszechniona. Stymulatorem rozwoju klastrów oraz jednym z głównych motywów do ich powstawania były w Polsce dotacje unijne, przeznaczone m.in. na sieciowanie służące integracji środowisk przedsiębiorstw. Niejednokrotnie jednak rozwój klastrów wychodził poza definicję Portera. Obecnie funkcjonują na rynku klastry grupujące podmioty pochodzące z różnych regionów, a nawet krajów. Stały się one wręcz platformą międzynarodowej kooperacji.

Ideę klastra odzwierciedlają pojęcia koopetycji i synergii. Koopetycja pochodzi od połączenia słów konkurencja i kooperacja, a zatem z jednej strony mowa tutaj o współpracy pomiędzy uczestnikami powiązania, a z drugiej mamy przeciwstawne odniesienie do wzajemnego konkurowania. Znany przykładem koopetycji jest opracowanie technologii *bluray*, dokonane przez Blue-ray Disc Association (BDA) zrzeszające wiodących producentów sprzętu elektronicznego na świecie, którym przyświecała idea przewodnia związana z wprowadzeniem nowego formatu, co z kolei miało się przyczynić do zwiększenia zysków. Do BDA należały m.in. Samsung, Philips, Apple czy HP, zatem podmioty intensywnie konkurujące na rynku, w zakresie np. kategorii produktowych, czego efektem jest powszechnie znana tzw. wojna patentowa

Apple–Samsung. Pomimo tego firmy te potrafiły znaleźć wspólne pole i cel dla kooperacji, co nie przeszkodziło im w dalszym konkurowaniu. Co więcej, nawet dzisiejsza rywalizacja Samsung–Apple nie stoi na przeszkodzie dla obu tych podmiotów w zaopatrywaniu przez Samsung swojego największego konkurenta w komponenty do wykonywania jego flagowych produktów.

Bubiak (2013) wskazuje nawet koopetycję jako strategię budowania przewagi konkurencyjnej. Zaznacza ona, że tradycyjne metody i modele nie są już wystarczające, a rosnące oczekiwania konsumentów w odniesieniu do nowych lub ulepszonych produktów powodują, że przedsiębiorstwa coraz częściej skłaniają się właśnie ku koopetycji. Co więcej, podmioty gospodarcze nie funkcjonują odosobnione na rynku, lecz działając w określonym środowisku korzystają z wielu powiązań, które umożliwiają im oferowanie określonych produktów czy usług. Zasadnicza kwestia z tym związana dotyczy umiejętności wykorzystania tej sieci dla oferowania nowych lub ulepszonych rozwiązań.

Fakt ten podkreśliła Sudolska (2011) twierdząc, że współczesne przedsiębiorstwa muszą przebyć drogę od podejścia konwencjonalnego, opartego na konkurencyjności produktów, do podejścia innowacyjnego, którego fundament stanowi tworzenie wartości poprzez współpracę.

Na czym zatem polega koopetycja i co jest motywem powodującym jej materializację? Jak wspomniano, podmioty funkcjonują w określonych warunkach właściwych dla danego środowiska biznesowego. Nawet największe koncerny na świecie nie są w stanie samodzielnie wytwarzać i dostarczać wyrobów/usług swoim klientom. Posiłkują się zasobami infrastrukturalnymi czy osobowymi zewnętrznych podmiotów (przedstawiony już przykład Apple czy Ikea, dla której produkty wytwarzane są przez wielu mniejszych dostawców zlokalizowanych na całym świecie – w tym liczne grono polskich przedsiębiorstw). Poprzez połączenie zasobów różnych podmiotów istnieje możliwość oferowania rozwiązań aktualnie niedostępnych, bądź których indywidualnie podmioty nie byłyby w stanie dostarczać. Odpowiednim przykładem są konsorcja podmiotów w odniesieniu do postępowań w ramach zamówień publicznych. Indywidualnie, dane podmioty mogą nie spełniać kryteriów dostępu, oferować kompleksowej usługi, natomiast poprzez kooperację i wymianę zasobów takie możliwości się materializują.

Klasy stanowią odpowiedź na te problemy, a także potrzeby. Zgrupowanie firm na co dzień ze sobą konkurujących w ramach jednej platformy zarządzanej często przez podmioty niezależne i sformalizowane, np. w postaci stowarzyszenia lub spółki prawa handlowego stanowi formę uwiarygadniającą i wzmacniając potencjalną kooperację. Kluczowe w odniesieniu do klastrów jest skoncentrowanie różnego rodzaju podmiotów. Z jednej bowiem strony mowa jest o podmiotach gospodarczych, natomiast z drugiej często stanowią je samorządy regionalne czy instytucje otoczenia biznesu wsparte przez sektor naukowy w postaci uczelni wyższych. Tego typu konglomerat pozwala w większym stopniu na przezwyciężenie pierwszych barier. Badania klastrów przeprowadzane w Polsce oraz obserwacje autora wskazują kilka głównych korzyści wynikających z tej przynależności. W pierwszej kolejności są to profity ekonomiczne związane z systemem zakupowym. Prowadzenie grupowych zakupów określonych wyrobów/mediów może generować niższe koszty niż indywidualne zamówienie. Po drugie, kooperacja umożliwia wymianę wiedzy, co stanowi platformę do tworzenia innowacyjnych rozwiązań, mogących uzyskiwać przewagi konkurencyjne. Dodatkowo, poprzez połączenie różnych specjalizacji, istnieje możliwość tworzenia konsorcjów zdolnych oferować najbardziej kompleksowe usługi. Często spotykać można także inwestycje infrastrukturalne dokonywane przez orga-

nizacje klastrowe, w wyniku których firmy mogą współdziałać i korzystać z nich w ustalonym zakresie. Wreszcie, kluczowa z punktu widzenia ekonomii współdzielenia jest wymiana zasobów. Funkcjonując w określonych strukturach klastrowych, pojawia się zaufanie pomiędzy podmiotami członkowskimi, którego stymulacja i rozwój, wsparte czynnikami ekonomicznymi, prowadzą do przełamywania bariery w kooperacji z konkurentami. Tym częściej dzieje się tak w obliczu nie w pełni wykorzystywanych zasobów pojedynczych podmiotów, których przekazanie innym członkom pozwala na minimalizowanie strat związanych z brakiem ich wykorzystywania w codziennej działalności. W tym aspekcie może się okazać, że kooperacja stanowi jedyną możliwość minimalizowania strat. Należy przy tym pamiętać, że celem funkcjonowania przedsiębiorstw jest przecież maksymalizacja zysków i minimalizacja strat, zatem współdziałanie w takim ujęciu przyczynia się do realizacji przedstawionego założenia. Brak zaufania pomiędzy przedsiębiorcami może jednak skutecznie ograniczać rozwój kooperacji.

INTERNACJONALIZACJA INSTRUMENTEM WSPIERAJĄCYM ROZWÓJ EKONOMII WSPÓLDZIELENIA

Internacjonalizacja jest obszarem wielu badań, a także wielu ujęć definicyjnych. Najbliższa autorowi jest definicja Rymarczyka (2004), który za internacjonalizację uznał każdą formę działalności przedsiębiorstwa realizowaną poza granicami kraju macierzystego, bez uwzględnienia poziomu zagranicznego zaangażowania zasobów firmy.

Analizując procesy internacjonalizacji polskich przedsiębiorstw, należy zwrócić uwagę na wiele motywów, jakimi się one kierują podejmując decyzję o rozpoczęciu działalności międzynarodowej, wśród których dominuje chęć poszerzenia rynku zbytu oferowanych produktów/usług, ale także podniesienie dochodowości firmy. Szczególnie, że jedną z przewag konkurencyjnych polskich podmiotów jest w dalszym ciągu tańsza siła robocza i niższe koszty surowców, skutkujące niższymi kosztami wytwarzania. Ukierunkowanie eksportu na bardziej rozwinięte i zamożne gospodarki rozwinięte umożliwia podniesienie cen, co wpływa na osiągnięcie wyższych wskaźników zyskowności. Przyczynia się do tego również efekt skali, który skutkuje zmniejszeniem kosztów jednostkowych produkcji. To z kolei prowadzi do zagospodarowania niewykorzystywanych dotychczas w pełni mocy produkcyjnych. Dodatkowo, często ekspansja produktowa na nowe rynki wymaga dostosowania dotychczas wytwarzanych wyrobów na rynek krajowy. Dotyczy to chociażby czynników jakościowych, spełnienia obowiązujących na danym rynku norm czy też nawet uwarunkowań kulturowych. Proces ten z jednej strony wiąże się z inwestycjami w nowszy sprzęt, co w rezultacie może usprawnić procesy produkcyjne. Efektem tego będzie podniesienie jakości oferowanych produktów, również na rynku krajowym, przez uzyskanie przewagi konkurencyjnej. Wreszcie ekspansja zagraniczna może stanowić formę zabezpieczenia określonego poziomu przychodów poprzez dywersyfikację ich źródeł.

Te kluczowe w przekonaniu autora motywy znajdują również odzwierciedlenie w barierach skutecznie ograniczających internacjonalizację przedsiębiorstw. Może istnieć bowiem obawa przed wejściem na rynek nieznaną, specyficzną i odmienną kulturowo. Bez odpowiedniego przygotowania do ekspansji, weryfikacji tego rynku, jak i zależności na nim występujących może się okazać, że sprzedaż nawet najbardziej innowacyjnych produktów będzie nieefektyw-

na. Dalej, ekspansja na rynek zagraniczny wymaga często dostosowania się do potrzeb odbiorców na nim funkcjonujących. To zaś może wiązać się z koniecznością poniesienia nakładów inwestycyjnych np. na sprzęt, ale również na zespół i stosowane przez niego narzędzia usprawniające prowadzenie działań marketingowych. Ograniczone zasoby finansowe mogą wynikać również z tego, że zdecydowaną większość przedsiębiorców w Polsce oraz za granicą stanowią mikroprzedsiębiorstwa, które mają utrudniony dostęp do kredytowania. Konieczność tych inwestycji może wynikać z ograniczonych zasobów własnych – czy to w ujęciu właśnie zasobów sprzętowych, czy ludzkich, ale również logistycznych, marketingowych czy transportowych. Głównym rynkiem docelowym polskiego eksportu są kraje unijne, jednak coraz większe znaczenie zdobywają kraje pozaunijne, w tym pozaeuropejskie. Równocześnie, ekspansja na odległe rynki zagraniczne o odmiennej kulturze, w tym biznesowej, w sprzężeniu z trudnościami logistycznymi czy odpowiednim zabezpieczeniem umów handlowych rodzi barierę, z którą wielu przedsiębiorców się ciągle zmagają. Dotyczy to także uwarunkowań prawnych związanych z wieloma uregulowaniami dopuszczającymi dany produkt do obrotu w wybranym kraju.

OBSZARY IMPLEMENTACJI EKONOMII WSPÓŁDZIELENIA W ZAKRESIE ROZWOJU INTERNACJONALIZACJI W RAMACH KLASTRA

Sprzężenie motywów internacjonalizacji i barier z nią związanych może prowadzić do grupowania (np. w formie klastrów) i podejmowania aktywności dotyczących implementacji zasad ekonomii współdziałania. Co więcej, dla wielu firm niemających pełnego potencjału do samodzielnego podejmowania działań umiędzynaradawiających może to być jedyna możliwość ekspansji na nowe rynki. Do obszarów zastosowania w praktyce zasad ekonomii współdziałania należy z pewnością zaliczyć tworzenie kompleksowych ofert celem dostarczenia odbiorcom pełnego zakresu dostępnych możliwości danego wyrobu. Wykorzystanie kluczowych potencjałów różnych podmiotów może spowodować zwiększenie efektywności realizacyjnej wobec zagranicznych odbiorców. Trzeci obszar stanowi wykorzystanie niezaangażowanych w danym momencie zasobów, co pozwala na minimalizację strat w tym zakresie. Kolejny czynnik związany jest z podejmowaniem działań promocyjnych. Dla przykładu, grupowy udział przedsiębiorstw w charakterze wystawcy na zagranicznych wydarzeniach targowo-wystawienniczych umożliwia partycypację w kosztach wynajmu większej powierzchni, na której dane podmioty prezentować będą swoją ofertę. Dla wielu przedsiębiorstw wystawiennictwo za granicą związane jest z kosztami, których nie są w stanie one ponieść, ze względu chociażby na niejednokrotnie minimalną powierzchnię wynajmu określoną przez organizatora. Grupowy udział pozwala zatem na minimalizację kosztów przy równoczesnym wzroście potencjalnych możliwości pozyskania kontrahentów w wyniku prezentacji kompleksowej oferty kilku przedsiębiorstw. Udział jednostek naukowych czy podmiotów świadczących usługi B+R w klastrach usprawnia i przyspiesza proces transferu technologii. Tym bardziej w obliczu obserwowanych na rynkach zagranicznych trendów i potrzeb z nich wynikających. Dodatkowo, udział jednostek samorządowych może przyczynić się do kreowania polityki regionalnej ukierunkowanej na wspieranie danych sektorów, także w kontekście ich promowania za granicą, w odniesieniu do kluczowego potencjału danego regionu. Te wszystkie aspekty nie będą jednak możliwe bez kluczowego

dla ekonomii współdzielenia zaufania. Podejmowanie skomplikowanych procesów umiędzynarodowienia na podstawie zasobów innych podmiotów może przynieść założone efekty, jednak na pewnym etapie procesu będzie się to wiązało z udostępnieniem własnego (choćby częściowego) know-how. Równocześnie otwarcie to może dotyczyć takich aspektów jak zasoby przedsiębiorstwa, jego umiejętności i potrzeby, ale także informacje w zakresie powiązań z partnerami, dlatego jedynie atmosfera wzajemnego zaufania może być stymulantem tego typu aktywności. O ile w tradycyjnym modelu ekonomii współdzielenia i wykorzystywania zasobów jest to aspekt istotny, lecz nie kluczowy, to w relacjach B2B stanowi czynnik nieodzowny. Już jednak samo członkostwo w organizacji klastrowej stanowi pierwszy krok do przełamania bariery nieufności. Dodatkowo, czynnik ekonomiczny powoduje, że niejednokrotnie bariera ta zostaje pokonana w sposób naturalny poprzez dążenie do maksymalizacji zysków, umożliwiające przez funkcjonowanie w ramach klastra. Zbudowanie zaufania wewnątrz powiązania może zatem skutkować obniżeniem czynnika ryzyka, jak również minimalizacji niepewności.

PODSUMOWANIE

O ile w odniesieniu do ekonomii współdzielenia głównie analizowane są aspekty *peer to peer* (użytkownik–użytkownik) i w mniejszym stopniu następuje odniesienie do relacji biznesowych, to jednak przeniesienie podstawowych założeń związanych z tą ideologią na kooperacje przedsiębiorstw może skutkować zwiększaniem przewagi konkurencyjnej. Aspekt braku zaufania ograniczający ten rozwój może być skutecznie niwelowany przez koopetycję w ramach bardziej lub mniej formalnych zgrupowań przedsiębiorstw. Ekstrapolowanie zweryfikowanych i sprawdzonych praktyk relacji użytkownik–użytkownik na biznes–biznes umożliwi rozwój przedsiębiorstw, również w kierunkach dotyczących innowacyjnych rozwiązań. Ekonomia współdzielenia w obszarze klastrów stanowi dla wielu przedsiębiorstw również jedyną szansę na ekspansję zagraniczną.

LITERATURA

- Belk, R. (2007). Why Not Share Rather Than Own? *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 10 (611), 126.
- Botsman, R. (2011). *What's mine is yours: How collaborative consumption is changing the way we live*. Glasgow: Collins.
- Bubbiak, B. (2013). Koopetycja jako strategia budowania przewagi konkurencyjnej. *Zarządzanie i Finanse*, 1 (1), 67.
- Codagnone, C., Martens B. (2016). Scoping the Sharing Economy: Origins, Definitions, Impact and Regulatory Issues. *Digital Economy Working Paper*, 1, 12.
- Pakulska, T. (2017). Internacjonalizacja w gospodarce współdzielenia (sharing economy). *Horyzonty Polityki*, 23 (8), 42.
- Poniatowska-Jaksch, M. (2018). Ekspansja zagraniczna przedsiębiorstw w modelu sharing economy. *Ekonomia Międzynarodowa*, 22, 44.
- Poniatowska-Jaksch, M. (red.). (2016). *Gospodarka współdzielenia (sharing economy)*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza SGH.
- Porter, M. (2001). *Porter o konkurencji*. Warszawa: PWE.
- Rude, L. (2015). *4 Keys to a Successful Sharing Economy Business Model*. Pobrane z: www.text100.com/articles/technology/successful-sharing-economy-businessmodel.
- Rymarczyk, J. (2004). *Internacjonalizacja przedsiębiorstwa*. Warszawa: PWE.

- Schor, J. (2014). *Debating the Sharing Economy*. Pobrano z: <http://www.greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy>.
- Sudolska, A. (2011). *Uwarunkowania budowania relacji proinnowacyjnych przez przedsiębiorstwa w Polsce*. Toruń: Wydawnictwo Naukowe UMK.
- Sundararajan, A. (2014). *Peer-to-peer Businesses and the Sharing (Collaborative) Economy: Overview, Economic Effects and Regulatory Issue*. Pobrano z: http://smallbusiness.house.gov/uploadedfiles/1-15-2014_revised_sundararajan_testimony.pdf.
- Sztokfisz, B. (2017). Gospodarka współdzielenia – pojęcie, źródła, potencjał. *Cracow Review of Economics and Management*, 6 (966), 89–103.
- Wallenstein, J., Shelat, U. (2017). *Hopping aboard the sharing economy*. Pobrano z: http://image-src.bcg.com/Images/BCG-Hopping-Aboard-the-Sharing-Economy-Aug-2017_tcm104-168558.pdf.

CLUSTERS AS A PLATFORM FOR THE DEVELOPMENT OF ENTERPRISE INTERNATIONALIZATION BASED ON THE SHARING ECONOMY

ABSTRACT

Scientific literature presents different approaches to the problem of economy sharing. The available definitions of this issue in a significant part refer to its interpretation in relation to the consumption model, especially in terms of innovative technology platforms. At the same time, in the author's opinion, this term can be considered in the aspect of cooperation of enterprises, as a way to optimise the benefits and scale, but also to lower the level of risk. A model example of the sharing economy in B2B terms is cluster organisations, and therefore regional associations of enterprises operating in the same or related sectors, with the participation of, for example, scientific, financial or administrative institutions. Cluster structures, mechanisms of their functioning and business models of operations are focused on achieving their basic goal, which is to increase the competitiveness of entities belonging to them. This applies to both domestic operations and internationalisation processes. Moreover, it is the very process of internationalisation that can contribute to increased competitiveness on the domestic market, due to, among others, the need to adapt to higher quality requirements applicable on foreign markets and thus transfer them to the Polish market. These specific conditions make it possible to properly prepare enterprises for internationalisation and to build a partnership network around it for sharing resources, which can contribute to maximising the profits and optimising the costs of the business sector. The article will deal with aspects of the practical application of the sharing economy model for the internationalisation of entities centred around cluster.

KEYWORDS

economy sharing, internationalisation, clusters

Translated by Paweł Mieczan