

И.С. Ферова

ПРОМЫШЛЕННЫЕ КЛАСТЕРЫ КАК ОСНОВА РОСТА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЭКОНОМИКИ

В настоящее время, в условиях глобализации экономики, вопрос о создании и удержании конкурентного преимущества приобретает особое звучание. Следует отметить, что принципы конкурентной стратегии на внешнем и внутреннем рынке во многом совпадают. Кроме того, по мнению основоположника современной теории конкуренции М.Портера, на рынке, в том числе и международном, лидируют в итоге, не страны, а фирмы. И для того чтобы уяснить себе роль определенной страны в этом процессе, следует обратить внимание на то, каким образом отдельная фирма создает и удерживает конкурентное преимущество.

Основы конкурентной стратегии лежат в понимании структуры отрасли или другой бизнес-единицы, а также в понимании процесса ее изменения.

Основная идея конкурентоспособности заключается в том, что, в принципе, конкурирующие субъекты должны достигать тех же, или еще лучших результатов в прибыльности производства и эффективности использования труда и капитала при кардинально меняющемся спросе, более сложной конфигурации рынков. Конкуренция за доходы потребителя в настоящее время приобретает все более агрессивный характер, выживает только сильнейший инноватор. Во многих случаях конкуренция становится настолько жесткой, что возникает новый, более высокий уровень, когда конкуренты вступают в партнерские отношения. *Различные типы таких взаимоотношений получили название кластеров.*

В современной теории национальной, государственной и местной конкурентоспособности кластерам отводится ведущая роль. По определению М.Портера, «кластеры - это сконцентрированные по географическому признаку группы взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиков, поставщиков услуг, фирм в соответствующих отраслях, а также связанных с их деятельностью организаций».

Географические масштабы кластера могут варьироваться от одного города или штата до страны или даже ряда соседствующих стран. Кластеры принимают различные формы в зависимости от своей глубины и сложности, но в большинстве случаев включают компании готового продукта или сервисные компании, поставщиков специализированных факторов производства, компонентов, машин, а также сервисных услуг, финансовые институты, фирмы в сопутствующих отраслях. Кластеры включают также фирмы, работающие в низовых отраслях (т.е. с каналами сбыта или потребителями), производителей побочных продуктов, специализированных провайдеров инфраструктуры, правительственные и другие организации, обеспечивающие обучение, образование, поступление информации, проведение исследований и предоставляющие техническую поддержку (такие, как университеты, структуры для повышения квалификации), а также агентства, устанавливающие стандарты. Правительственные агентства, оказывающие существенное влияние на кластер, могут рассматриваться как его часть. И, наконец, многие кластеры включают торговые ассоциации и другие совместные структуры частного сектора, поддерживающие членов кластера.

Определение составных частей кластера лучше начинать с рассмотрения крупной фирмы или концентрации 1 крупных фирм, а затем выявить наличие цепочки связанных с ними по вертикали ниже- и вышестоящих фирм и организаций. Далее следует найти по горизонтали отрасли, проходящие через общие каналы или производящие побочные продукты или услуги. Дополнительные горизонтальные цепочки отраслей устанавливаются на базе использования похожих специализированных факторов производства и технологий или связаны между собой через поставки. Следующий шаг состоит в выделении организаций, обеспечивающих специальные навыки, технологию, информацию, капитал или инфраструктуру, а также любых групповых образований, в которые входят участники кластера. Завершающий шаг - это поиск правительственных и других законодательных структур, оказывающих существенное влияние на членов кластера.

Феномен кластеров был признан и рассматривается во многих работах, в основном зарубежных авторов. В России также есть попытки кластерного анализа и выявления кластеров. Но впервые связь кластеров и теории конкуренции проявилась в работах М.Портера. Превалирование в экономике кластеров, а не изолированных фирм и отраслей, показывает важность понимания характера конкуренции и роли географического расположения в конкурентных преимуществах.

Даже, несмотря на снижение важности существовавших ранее причин возникновения кластеров в связи с процессами глобализации, наблюдается всевозрастающее значение новой роли кластеров в конкурентной борьбе в условиях усложняющейся, базирующейся на научном знании и динамичной экономики.

Концепция кластеров представляет новый способ видения экономики, а также указывает на новые роли компаний, правительств и других организаций, стремящихся к повышению конкурентоспособности.

Нанесение границ кластера является в большинстве случаев непростой задачей, требующей творческого процесса на базе понимания наиболее важных связей и взаимного дополнения для разных отраслей и организаций. Границы кластера должны окружать все фирмы, отрасли и организации, связи с которыми имеют существенное значение, причем эти связи могут быть как горизонтальными, так и вертикальными. Возникает закономерный вопрос: почему экономику следует рассматривать через призму кластеров, а не через более традиционное группирование компаний, секторов или, наконец, отраслей. Следует отметить, что кластеры лучше согласуются с самим характером конкуренции и источниками достижения конкурентных преимуществ. Кластеры гораздо лучше, чем отрасли охватывают важные связи,

взаимодополняемость между отраслями, распространение технологии, навыков, информации, маркетинг и осознание требований заказчиков по фирмам и отраслям. Именно такие связи оказываются основополагающими в конкурентной борьбе, в повышении производительности, и, в особенности, в определении направлений и мест организации нового бизнеса и внедрения инноваций. Большинство участников кластера не конкурируют между собой непосредственно, просто они обслуживают разные сегменты отрасли. Однако у них существует много общих потребностей и возможностей, они встречают много общих ограничений и препятствий на пути повышения производительности.

Рассмотрение группы компаний и организаций как кластеров позволяет выявить благоприятные возможности для координации действий и взаимного улучшения в областях общих интересов без угрозы конкуренции или ограничения интенсивности соперничества. Кластер обеспечивает возможность ведения конструктивного и эффективного диалога между родственными компаниями и их поставщиками, с правительством, а также другими институтами. При этом государственные и частные инвестиции, направленные на улучшение условий функционирования кластера приносят пользу сразу нескольким субъектам, входящим в кластер.

В противоположность этому, рассмотрение ситуации в экономике с точки зрения отраслей или достаточно узких секторов, часто приводит к лоббированию интересов по вопросам выделения субсидий или облегчения налогового давления на участвующие в этих процессах компании. Получаемые в результате государственные инвестиции создают лихорадочное перетекание выгод в другие отрасли, и поэтому могут деформировать рынок.

Таким образом, видение ситуации через отрасль или достаточно узкий сектор имеет тенденцию исказить конкуренцию, в то время как подход с позиции кластера фокусирует внимание на усилении конкуренции. На этом, по сути дела, базируется системный подход к исследованию стратегии повышения конкурентоспособности промышленных предприятий. Ни одна страна не может быть конкурентоспособной во всех сферах деятельности, в связи с этим, надо стремиться к формированию кластеров вокруг ключевых отраслей. При этом, в состав кластеров следует включать и сферу услуг (современные дистрибутивные и банковские системы), позволяющие приблизить продукцию и технологии к конечному потребителю.

Выгоды для бизнеса от развития кластеров во многом зависят от особенностей кластера, но обобщенно они могут состоять в повышении эффективности и снижении издержек в текущей деятельности, повышении гибкости и инновационного потенциала при создании новых продуктов, технологий и рынков. Предприятия могут получать подобные выгоды посредством:

- 1) повышения эффективности системы поставок сырья, компонентов и комплектующих;
- 2) доступности и качества специализированного сервиса (от услуг в области информационных технологий, примером могут служить поставщики интегрированных решений в области управления системами жизнеобеспечения зданий для кластера строительства и недвижимости в Москве, до специфических слуг по страхованию космических запусков для аэрокосмического кластера);
- 3) доступа к различного рода финансовым ресурсам (например, источники рискованного финансирования для новых технологических компаний в кластере информационных технологий);
- 4) доступности и качества возможностей для проведения НИОКР;
- 5) доступности специализированных и производительных человеческих ресурсов;
- 6) построения сети формальных и неформальных отношений, для передачи рыночной и технологической информации, знаний и опыта;
- 7) создания системы для выявления коллективных выгод и опасностей, формирования общего видения и продуктивной стратегии развития кластера;
- 8) кластерный подход, как показывает мировая практика, предлагает эффективные инструменты для стимулирования регионального развития, которое в конечном итоге может состоять в увеличении занятости, заработной платы, отчислений в бюджеты различных уровней, повышении устойчивости и конкурентоспособности региональной промышленности.

На наш взгляд, в теории «кластеризации» М.Портера есть некоторые ограничения. Так, в частности, М.Портер характеризует кластер как группу географически соседствующих взаимосвязанных компаний... Такое понимание сужает понятие кластера и затрудняет выработку промышленной политики, особенно в условиях глобализации и построения так называемой «новой экономики». При анализе этого вопроса полезно воспользоваться двумя положениями, заимствованными из науки об управлении и исследовании процессов развития. Первое касается цепочки прироста стоимостей или некой вертикальной конфигурации. Второе - межфирменных сетей и промышленных районов, т.е. горизонтальной конфигурации. Следует отметить, что географическая близость предприятий в этих конфигурациях является желательной, но не необходимой, и соответственно формирование кластера может происходить по этим двум, достаточно различным траекториям. Также, в качестве еще одного специфического типа кластера, можно выделить так называемые стратегические альянсы.

Формирование стратегических альянсов требует принципиальных изменений в ведении бизнеса. В отличие от обычного долговременного сотрудничества, в котором стороны руководствуются заранее обусловленными соглашениями, стратегические альянсы являются более гибкими структурами, они предусматривают возможность видоизменения первоначальных условий и разделение риска для достижения общих стратегических целей. Стратегические альянсы вырабатывают новую, деловую стратегию, открывают новые возможности роста. Стратегические альянсы открывают уникальные возможности объединяться с широким кругом партнеров, включая клиентов, поставщиков, конкурентов,

разработчиков, представителей государства, позволяют преодолевать барьеры между фирмами с различным стилем ведения бизнеса. Следовательно, в качестве *стратегических альянсов* рассматриваются такие отношения, когда партнеры по альянсу, стремясь к захвату и расширению рынков, должны учитывать потребности друг друга, вместе работать и разделять риски для достижения общих стратегических целей. Создание подобных альянсов упрощает доступ на другие рынки, уменьшая барьеры на этом пути, повышая уровень конкуренции и принося выгоду участникам альянса. Растущая конкуренция заставляет в ином свете рассматривать конкурентов, поскольку они, как правило, имеют одинаковые рыночные интересы, технологии и товары. Такое сходство создает большие возможности для конкурентов с целью противостояния соперникам.

В итоге возникают *стратегические сети*, которые гибко связывают между собой всех участников - независимые производственные и торговые фирмы, научно-исследовательские и проектные институты, правительственные учреждения, объединенные многочисленными соглашениями, направленными на достижение общих целей. Коммерческая отдача за счет сотрудничества в сети суммируется с результатами собственной независимой деятельности.

Таким образом, расширяя понятие кластера, мы определили основные разновидности кластерных схем. Но, при всем своем многообразии, кластеры позволяют решить главную задачу. Они обеспечивают условия для эффективного и устойчивого развития производителя, который преодолевает порог конкурентоспособности. Это происходит в первую очередь за счет эффекта масштаба, который может иметь статический и динамический характер. Первый связан с экономией использования ресурсов и повышением выпуска в каждый момент времени. В настоящее время наблюдается серьезное снижение этого эффекта и основное внимание начинает уделяться динамическому эффекту или эффекту обучения, то есть снижению средних издержек по мере увеличения кумулятивного выпуска. Механизмы достижения динамического эффекта просты и сложны одновременно. Это создание сетей потребителей, технологических сетей, а также географическая близость. В данном случае экономический эффект формируется за счет эффективного обмена знаниями о рынке, технологиями, а также модификации мотиваций и качества человеческого капитала в регионе, улучшающей в нем инновационный климат. Нетрудно увидеть, какая бизнес-единица позволяет наилучшим образом решить эту задачу. Это промышленный кластер во всех его перечисленных разновидностях. Проблема для российской экономической мысли состоит в разработке методики выявления промышленных кластеров, оценки эффективности, а также в разработке промышленной политики с учетом кластерных схем с целью повышения конкурентоспособности российской экономики на международном, национальном, региональном и местном уровнях.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Куренков Ю.В. Конкурентоспособность России в мировой экономике / Ю.В. Куренков, В.А. Попов // *Вопр. экономики*. - 2001. - №6.
2. Кудров В.Р. Современная мировая экономика и Россия / В.Р. Кудров // *Вопр. экономики*. - 2003. - №3.
3. Кузнецов Е.А. Механизмы запуска инновационного роста в России / Е.А. Кузнецов // *Вопр. экономики*. - 2003. - №3.
4. Мезоэкономика переходного периода: рынки, отрасли, предприятия / Под.ред. д.э.н.Г.Б.Клейнера. - М.: Наука, 2001.
5. Портер М. Конкуренция / М. Портер. - Санкт-Петербург-Москва-Киев: Издат. дом «Вильямс», 2002.
6. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер. - М.: Междунар. отношения, 1993.