

11. Современная экономическая мысль / под ред. В. С. Афанасьева, Р. М. Энтова. – М. : Прогресс, 1981. – 815 с.

12. Фелдман А. М. Экономическая теория благосостояния / А. М. Фелдман // Экономическая теория / под ред. Дж. Итуэлла, М. Милгейта, П. Ньюмена. – М. : ИНФРА-М, 2004. – 931 с.

13. Шумпетер И. История экономического анализа: в 3 т. Т. 3 / И. Шумпетер. – СПб : Экономическая школа, 2001. – 1664 с.

**Денисова Ирина Николаевна,**

к. э. н., доц. кафедры коммерции и технологии торговли Российского университета кооперации,  
e-mail: zubchik07@mail.ru

**Особенности международной конкуренции и кластеризации экономики  
в условиях глобализации**  
**Peculiarities of International Competition and Economic Clustering Under Globalization**

*Наличие тесной взаимосвязи между изменениями внешнего окружения и состоянием внутренней среды требует адаптации целей и задач, пересмотра стратегий, преобразования структурных характеристик организаций, обуславливает поиск и реализацию новых подходов к управленческой деятельности. Использование опыта выработанных мировой практикой современных методов и технологий менеджмента с неизбежностью ведет к усилению экономической устойчивости и приобретению конкурентоспособности на локальных отраслевых рынках.*

*Close relationships between changes in external environment and internal conditions require adaptation of objectives and tasks, revision of strategies, organizational restructuring and determine search and realization of new management approaches. Utilization of modern management methods and techniques elaborated by the world practice inevitably results in strengthening of economic stability and rise of competitive capacity at local industrial markets.*

*Ключевые слова: Экономика и управление; международная конкуренция; конкурентные преимущества; кластеризация экономики.*

*Keywords: Economy and Management; international competition; competitive advantages; economic clustering.*

Переход России в 1990-х гг. к рыночным условиям хозяйствования привел отечественные субъекты экономики к необходимости решения комплекса сложных, ранее неизвестных проблем.

Наличие тесной взаимосвязи между изменениями внешнего окружения и состоянием внутренней среды требует адаптации целей и задач, пересмотра стратегий, преобразования структурных характеристик предприятий, обуславливает поиск и реализацию новых подходов к управленческой деятельности. Игнорирование выработанных мировой практикой современных методов и технологий менеджмента с неизбежностью ведет к ослаблению экономической устойчивости, потере конкурентоспособности на локальных отраслевых рынках.

Дискуссионность проблематики, недостаточная разработанность концептуальных, методологических и практических основ управления предприятиями в современных условиях функционирования предопределили цели и задачи в рамках представляемой статьи.

В конце 1980-х гг. М. Портер на основе проведения статистического исследования около 100 отраслей в десяти крупнейших промышленных странах, на которые приходилось около половины мирового экспорта, разработал оригинальную теорию конкурентных преимуществ наций (Competitive Advantage of Nations Theory). Дать однозначное определение понятия «стратегия» в силу его многогранности – задача весьма трудная.

А. Чандлер считает, что стратегия – «это определение основных долгосрочных целей и задач предприятия и утверждение курса действий и распределение ресурсов, необходимых для

достижения этих целей». И. Ансофф: «Стратегия – это способ действия; новые правила принятия решений и установок, направляющие процесс развития организации; средство достижения результата: инструмент, который может помочь в условиях нестабильности». А. А. Томпсон и А. Дж. Стрикленд: «Стратегия – это образ действий руководителей, стремящихся достичь целей организации; сочетание запланированных действий и тех действий, которые компания предпринимает в ответ на измененные условия». Г. Минцберг предлагает комбинацию пяти «П»: «Стратегия – *план* действий; стратегия – *прикрытие*, то есть действия, нацеленные на то, чтобы перехитрить своих противников; стратегия – *порядок* действий, то есть план может быть нереализуем, но порядок действий должен быть обеспечен в любом случае; стратегия – *позиция* в окружающей среде, то есть связь со своим окружением; стратегия – *перспектива*, то есть видение того состояния, к которому надо стремиться».

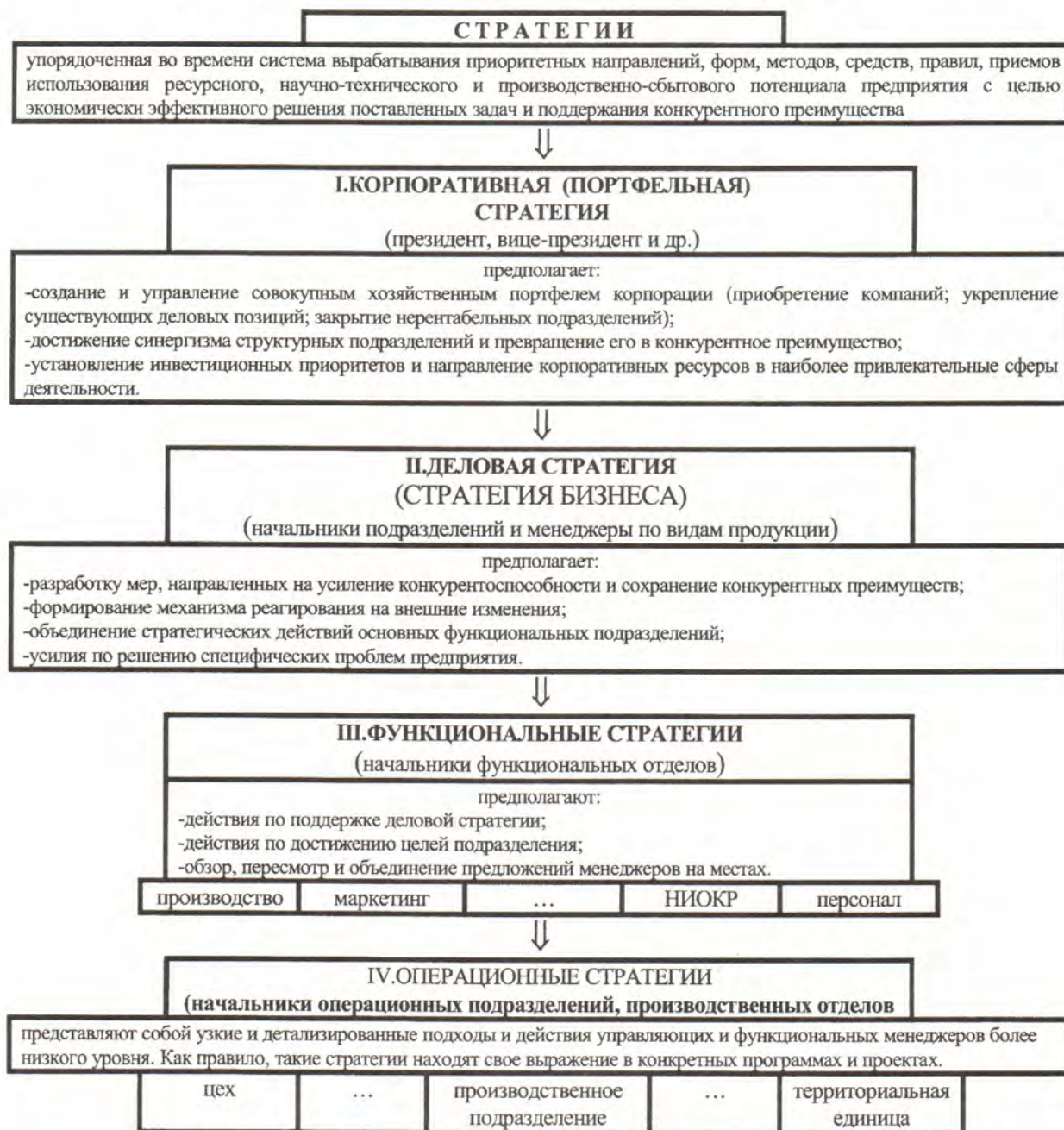


Рис.1. Классификация стратегий по уровням управления предприятием

Для успеха на мировом рынке каждое конкретное предприятие должно уметь соединять преимущества своей конкурентной стратегии с конкурентными преимуществами страны.

Правильно выбранная предприятием конкурентная стратегия должна быть ориентирована на достижение конкурентного преимущества за счет явных отличий от конкурентов – представление уникальной ценности для клиента и специфическое позиционирование компании в отрасли. В современной интерпретации принято различать четыре иерархических уровня выработки стратегии: корпоративный, деловой, функциональный и операционный (рис. 1).

Зарубежными специалистами для поддержания конкурентных преимуществ предприятий разрабатываются следующие виды стратегий:

- общая стратегия развития (стратегия ограниченного роста или стабильность; стратегия роста; стратегия концентрированного роста; стратегии интеграционного роста; стратегии диверсификационного роста; стратегии сокращения фирмы);

- экономические стратегии фирмы (управление на основе экстраполяции; управление на основе предвидения изменений; управление на основе гибких экспертных решений);

- функциональные стратегии (инновационная стратегия; имитационная стратегия; производственная стратегия; маркетинговая стратегия; стратегия управления персоналом; финансовая стратегия);

- конкурентные стратегии фирмы, основывающиеся на всестороннем понимании структуры отрасли и процесса ее изменения. Конкурентное преимущество может быть обеспечено более низкими издержками и дифференциацией товаров.

Среди типовых конкурентных стратегий М. Портер выделяет: стратегию лидерства на основе низких затрат; стратегию дифференциации; стратегию фокусирования (сосредоточения) (табл. 1).

Таблица 1

Конкурентные стратегии (по М.Портеру<sup>1</sup>)

№	Конкурентная стратегия	Условия реализации конкурентной стратегии
1	Стратегия лидерства на основе низких затрат	Минимизация производственных затрат: хорошая организация производства и снабжения; хорошая технология и инженерно-конструкторская база; хорошая система распределения продукции.
2	Стратегия дифференциации (создание уникальных товаров большой ценности в виде нового качества, особых потребительских свойств или послепродажного обслуживания)	Дифференциация продукта: высокий потенциал для проведения НИОКР; профессионалы-дизайнеры; система обеспечения высокого качества продукции; развитая система маркетинга.
3	Стратегия фокусирования (сосредоточения) (концентрация усилий на выбранном сегменте)	Концентрация усилий на определенном сегменте рынка: направленность производства на индивидуальные запросы потребителей; продукция отражает «стиль жизни» покупателей.

Для выбора стратегии деятельности предприятия на рынке может быть использована так называемая матрица конкурентного преимущества (конкуренции) Портера (рис. 2).

Стратегическая цель		Преимущество товара	
		с точки зрения покупателя	в себестоимости
	Весь Рынок	Дифференцирование	Лидерство в области затрат
	Сегмент рынка	Сегментирование рынка	
		Стратегическое преимущество	

Рис. 2. Матрица конкурентного преимущества Портера

<sup>1</sup> Портер М. Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран / М. Портер ; под ред. В. Д. Щетинина. – М. : Международные отношения, 1993. – 896 с.

Особенности стратегии лидерства в области затрат (снижения себестоимости) и стратегии дифференцирования приведены в табл. 2.

Таблица 2

Сравнительные характеристики конкурентных стратегий

№	Показатель	Содержание
1	2	3
Стратегия лидерства в области затрат (снижения себестоимости)		
1	Стимул реализации стратегии	Значительная экономия на масштабе производства и привлечение большого числа потребителей, для которых цена является определяющим фактором при покупке
2	Преимущества стратегии	<ul style="list-style-type: none"> <li>- дополнительный рост объема продаж и получение сверхприбыли за счет уменьшения рыночной доли конкурентов с более высокой ценой на аналогичные изделия;</li> <li>- разрушение стратегии конкурентов в области дифференциации продукции и локализация рынка за счет ценовой доступности своих изделий;</li> <li>- ужесточение ценового барьера по себестоимости для предприятий, стремящихся в эту отрасль;</li> <li>- наличие больших резервов при повышении цен на сырье, материалы и комплектующие изделия;</li> <li>- гарантированное получение прибыли даже при снижении цен у ближайших конкурентов;</li> <li>- вытеснение товаров-заменителей за счет массовости и низких издержек производства</li> </ul>
3	Необходимые рыночные условия	<ul style="list-style-type: none"> <li>- большая доля рынка, предприятие имеет доступ к дешевым сырьевым ресурсам;</li> <li>- спрос на выпускаемую продукцию эластичен по цене и достаточно однороден по структуре;</li> <li>- конкуренция происходит преимущественно в ценовой области;</li> <li>- потребители теряют значительную часть своих доходов при повышении цен;</li> <li>- предприятие и отрасль производят стандартизированную продукцию, и в существующих условиях нет эффективных путей ее дифференциации</li> </ul>
4	Требования к организации производства и управления	<ul style="list-style-type: none"> <li>- крупносерийное или массовое производство;</li> <li>- передовые ресурсы, берегающие технологии;</li> <li>- жесткий контроль себестоимости продукции;</li> <li>- преимущественно оптовая реализация продукции;</li> <li>- ориентация маркетинга на весь рынок</li> </ul>
5	Дестабилизирующие факторы	<ul style="list-style-type: none"> <li>- технологические нововведения;</li> <li>- изменение предпочтений потребителей;</li> <li>- уменьшение чувствительности потребителей к ценам;</li> <li>- копирование конкурентами методов работы</li> </ul>
Стратегия дифференцирования		
1	Стимул реализации стратегии	Стратегия основывается на специализации в изготовлении особой (оригинальной) продукции, имеющей явные отличительные преимущества с точки зрения потребителей; предполагает обособление товара на рынке за счет его качественных характеристик

2	Преимущества стратегии	<ul style="list-style-type: none"> <li>- дополнительный рост объема продаж и получение сверхприбыли за счет завоевания предпочтений различных групп потребителей на базе превосходства в качестве и более широкого выбора;</li> <li>- ужесточение входного барьера в отрасль за счет сформировавшихся предпочтений потребителей;</li> <li>- гарантированное получение прибыли от реализации продукции предприятием, пользующимся услугами только данной фирмы;</li> <li>- вытеснение товаров-заменителей путем укрепления связей с потребителями</li> </ul>
3	Необходимые рыночные условия	<ul style="list-style-type: none"> <li>- отличительные характеристики продукции воспринимаются и ценятся потребителями;</li> <li>- спрос на выпускаемую продукцию достаточно разнообразен по структуре;</li> <li>- конкуренция происходит преимущественно в неценовой области;</li> <li>- немногие предприятия используют стратегию дифференциации</li> </ul>
4	Требования к организации производства и управления	<ul style="list-style-type: none"> <li>- наличие легко переналаживаемого производства;</li> <li>- высокий уровень конструкторской подготовки производства;</li> <li>- развитая маркетинговая служба;</li> <li>- розничная или мелкооптовая реализация продукции</li> </ul>
5	Дестабилизирующие факторы	<ul style="list-style-type: none"> <li>- высокие издержки на создание имиджа изделия, вызывающее значительное повышение цен;</li> <li>- чрезмерная дифференциация товара, при которой потребитель перестает ощущать принадлежность товара к данной группе</li> </ul>

Очевидно, что ни одна типовая стратегия не может рассматриваться в качестве универсальной для абсолютно всех отраслей и любых предприятий. Более того, успех во многих отраслях может быть обеспечен лишь сочетанием нескольких базовых стратегий на основе дифференциации или фокусирования. Следовательно, конкретному предприятию следует осознанно выбирать стратегию, соответствующую тому типу конкурентного преимущества, которое оно намерено получить.

Любая страна, согласно теории М. Портера, располагает только ей присущим набором конкурентных преимуществ, к которым могут относиться: уровень производительности труда, качество трудовых ресурсов, качество производимых товаров и услуг, искусство управления и т.п. Однако особое место в теоретических построениях М. Портера отводится четырем детерминантам экономики, образующим так называемый «национальный ромб» конкурентных преимуществ, в котором они взаимно усиливаются, и формирующих макросреду функционирования конкурирующих местных фирм. К ним относятся:

- *параметры факторов*, представляющие материальные (вещественные) и нематериальные условия, необходимые для формирования конкурентного преимущества страны в целом и ее ведущих экспортоориентированных отраслей<sup>1</sup>;

- *стратегия фирм, их структура, конкуренция между ними* – комплекс условий, ориентирующих национальную экономику на развитие экономической свободы и других институтов, необходимых для эффективного функционирования механизма рыночной координации;

- *параметры спроса* – емкость спроса, динамика его развития, дифференциация по видам продукта, требовательность покупателей к качеству товаров и услуг<sup>2</sup>;

- *взаимосвязанные (родственные) и поддерживающие отрасли*, обеспечивающие компании в экспортоориентированных отраслях необходимыми материалами, полуфабрикатами, комплектующими изделиями и другими материальными средствами и информацией.

<sup>1</sup> В современных условиях к параметрам факторов, в первую очередь, относятся научно-технические знания, квалифицированная рабочая сила, инфраструктура и другие специализированные факторы.

<sup>2</sup> Параметры спроса позволяют использовать положительный эффект масштаба.

Кроме четырех главных, в общую систему детерминантов М. Портер включил *случайные события*, которые могут усилить или ослабить сложившиеся конкурентные преимущества страны (к случайным событиям отнесены крупные научно-технические открытия, резкие изменения цен, непредвиденные осложнения международной обстановки), и *правительство*, способное оказать существенное влияние на все основные детерминанты «национального ромба»<sup>1</sup>. Взаимодействующая система детерминантов способствует или препятствует созданию устойчивых конкурентных преимуществ страны.

В тех отраслях, где национальный ромб выглядит наиболее «симметричным» и «объемным», предприятия имеют наибольшие шансы достичь успеха на международном рынке. «Национальный ромб» конкурентных преимуществ представлен на рис. 3.



Рис. 3. «Национальный ромб» конкурентных преимуществ (по М. Портеру)

Различные страны добиваются успеха в тех или иных отраслях, в которых конкурентная среда развивается наиболее динамично, и где лучше используются имеющиеся конкурентные преимущества. Следует отметить, что преимущество по каждому отдельному детерминанту «национального ромба» не является предпосылкой для конкурентного преимущества в отрасли. Только наличие преимуществ по всем детерминантам может обеспечить самоусиливающиеся выигранные моменты.

Особое значение для развития конкурентной среды в отрасли имеет сильное соперничество предприятий на внутреннем рынке, что вызвано следующими обстоятельствами:

- значительная внутренняя конкуренция дает более мощный импульс к совершенствованию;
- значительная внутренняя конкуренция не только укрепляет позиции предприятий на национальном рынке, но и заставляет их выходить на мировой уровень в целях дальнейшего роста;

<sup>1</sup> На параметры факторов и параметры спроса правительство может воздействовать своей экономической политикой. Правительства многих стран оказывают содействие развитию родственных и сопряженных отраслей, взаимодействующих с экспортоориентированными отраслями.

– более сильные местные предприятия, закаленные внутренней конкуренцией, способны добиться успеха на мировом рынке;

– при сильной конкуренции на внутреннем рынке создаются также преимущества для национальной отрасли в целом, а не только для отдельных предприятий. Конкуренты заимствуют друг у друга прогрессивные идеи и развивают их.

Регулярно воздействующие друг на друга детерминанты национальной экономики представляют собой комплексную систему, находящуюся в постоянном развитии. При этом действие системы детерминантов ведет к тому, что ведущие национальные отрасли, отличающиеся особыми конкурентными преимуществами, распределяются не хаотично по всей экономике страны, а увязываются в пучки, образуя так называемые кластеры, состоящие из отраслей, взаимосвязанных друг от друга<sup>1</sup>. Поэтому, например, по мнению М. Портера, в современной экономике в условиях глобализации традиционное деление экономики на секторы или отрасли уже утрачивает свою актуальность: на первое место должны выходить кластеры – системы взаимосвязей фирм и организаций.

Согласно теории М. Портера<sup>2</sup>, кластер – это «группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний (поставщиков, производителей и др.) и связанных с ними организаций (образовательных заведений, органов государственного управления, инфраструктурных компаний), действующих в определенной сфере, ведущих совместную деятельность и взаимодополняющих друг друга». В современной трактовке под кластером следует понимать устойчивое территориально-отраслевое объединение предприятий и организаций производителей и поставщиков, инжиниринговых и консалтинговых фирм, научно-исследовательских организаций и вузов, кредитных организаций и банков, инфраструктурных организаций, администраций регионов, профессиональных и общественных организаций на основе единой инновационной программы внедрения передовых производственных, инжиниринговых и управленческих технологий в целях повышения конкурентоспособности всех участников (рис. 4).



Рис. 4. Участники «кластера» (по М. Портеру)<sup>3</sup>

<sup>1</sup> М. Портер обнаружил, что наиболее успешные ТНК обычно не разбросаны бессистемно по разным странам, а концентрируются в одной стране (даже одном регионе страны). Это объясняется тем, что они распространяют свое влияние на своих поставщиков, потребителей и конкурентов. При этом успехи окружения, в свою очередь, сказываются на конкурентной позиции самой компании (Мигранян А. А. Теоретические аспекты формирования конкурентоспособных кластеров. URL: <http://www.krsu.edu.kg/vestnik/v3/a15.html>).

<sup>2</sup> Портер М. Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран / под ред. В. Д. Щетинина. М. : Международные отношения, 1993. 896 с.

<sup>3</sup> Хасаев Г. Р., Михеев Ю. В. Кластеры – современные инструменты повышения конкурентоспособности региона (через Партнерство к будущему) Ч. 1. URL: <http://www.compass-r.ru03-1.htm>.

В последние годы в сфере экономики развитых и развивающихся стран группы успешно конкурирующих фирм, образуя кластеры, существенно укрепляют свои конкурентные позиции на отраслевом, национальном и мировом рынках. Формирование кластера как сообщества фирм и тесно связанных отраслей способствует как взаимному росту всех его участников, так и росту внутреннего рынка страны в целом. Обычно за первым кластером возникают новые кластеры, что еще более усиливает международную конкурентоспособность страны.

Для кластера обязательны наличие частной собственности, конкуренции без монополии, выполнения принципа свободного ценообразования, стабильности денежного обращения, экономической самостоятельности и ответственности предпринимателей. Как единый интеграционный механизм кластер позволяет снижать издержки производства, ликвидировать ненужное дублирование.

В кластере взаимная выгода распространяется по различным направлениям. Так:

– новые производители, приходящие из других отраслей, ускоряют свое развитие, стимулируя научно-исследовательскую деятельность и обеспечивая необходимые средства для внедрения более эффективных стратегий;

– происходит свободный обмен информацией и быстрое распространение новшеств по каналам поставщиков или потребителей, имеющих контакты с многочисленными конкурентами;

– взаимосвязи внутри кластера ведут к появлению новых путей в конкуренции и порождают совершенно новые возможности;

– человеческие ресурсы и интеллектуальные идеи образуют новые комбинации.

Чаще всего центром кластера являются несколько достаточно продвинутых компаний, между которыми сохраняются высококонкурентные отношения, а концентрация соперников, их покупателей и поставщиков еще более способствует росту эффективной специализации производства. Кроме того, кластер объединяет вокруг себя также и множество мелких фирм и малых предприятий.

В настоящее время функционируют самые различные кластеры: в сфере малого и среднего бизнеса (производство мебели, обуви, продуктов питания); в инновационной сфере (биотехнологии, телекоммуникации); в крупном промышленном производстве (автомобилестроение); в области автоспорта и другие. Многообразие и индивидуальность «кластеров» значительно затрудняют их типизацию. Тем не менее можно уже говорить о трех основных категориях (видах) кластеров, отличающихся спецификой своего функционирования:

– кластеры как регионально ограниченные формы экономической активности внутри родственных секторов, обычно привязанные к тем или иным научным учреждениям (НИИ, университетам и т. д.);

– кластеры, представляющие собой вертикальные производственные цепочки «поставщик – производитель – сбытовик – клиент», в которых смежные этапы производственного процесса образуют ядро кластера (в эту же категорию относятся сети, формирующиеся вокруг головных фирм);

– кластеры, формирующиеся в отраслях промышленности, отличающиеся высоким уровнем агрегации (например, химический кластер) или даже сверхвысоким уровнем агрегации (например, агропромышленный кластер).

Т. В. Цихан отмечает, что в настоящее время экспертами описаны семь основных форм образования «кластеров»:

- *географическая*: построение пространственных кластеров экономической активности, начиная от сугубо местных (например, садоводство в Нидерландах) до подлинно глобальных (аэрокосмический кластер);

- *горизонтальная*: несколько отраслей/секторов могут входить в более крупный «кластер» (например, система мегакластеров в экономике Нидерландов);



- *вертикальная*: в кластерах могут присутствовать смежные этапы производственного процесса. При этом важно, кто именно из участников сети является инициатором и конечным исполнителем инноваций в рамках кластера;
- *латеральная*: в кластер объединяются разные секторы, которые могут обеспечить экономию за счет эффекта масштаба, что приводит к новым комбинациям (например, мультимедийный кластер);
- *технологическая*: совокупность отраслей, пользующихся одной и той же технологией (как, например, биотехнологический кластер);
- *фокусная*: кластер фирм, сосредоточенных вокруг одного центра – предприятия, НИИ или учебного заведения;
- *качественная*: здесь существен не только вопрос о том, действительно ли фирмы сотрудничают, но и то, каким образом они это делают. Сеть далеко не всегда автоматически стимулирует развитие инноваций. Бывает, что в сетях, напротив, подавляются инновационные процессы и поощряется защитное поведение. Взаимосвязи с поставщиками могут стимулировать инновационные процессы, но они же могут использоваться для перекладывания расходов на партнеров и ущемления их в финансовом отношении. В последнем случае сети не оказываются ни стабильными, ни стимулирующими.

Исследования показали, что в экономической литературе имеются самые различные подходы к классификации кластеров, из которых, по мнению автора, весьма полезным является подход, основанный на структурной классификации, разграничивающий кластеры по следующим основаниям: однородные; фокальные или ядерные; сетевые (рис. 5).



Рис. 5. Структурная классификация кластеров<sup>1</sup>

Как правило, можно выделить следующие факторы, мотивирующие интеграцию различных фирм и организаций в отраслевой кластер:

- усиление конкурентных позиций участников путем внедрения новых технологий за счет эффекта масштаба;

<sup>1</sup> Хасаев Г. Р. Михеев Ю. В. Кластеры – современные инструменты повышения конкурентоспособности региона (через Партнерство к будущему). URL: <http://www.compass-r.ru03-1.htm>.

- снижение затрат и повышение качества соответствующих наукоемких услуг за счет эффекта синергии и унификации подходов в качестве, логистике, инжиниринге, информационных технологиях и т.д.;
- увеличение потенциального рынка инжиниринговых и консалтинговых услуг, в том числе для малых предприятий, за счет внедрения субконтрактинга при выполнении комплексных проектов и программ;
- расширение доступа к информации о потребностях рынка и продвижение продукции и услуг малого бизнеса на рынок крупных предприятий;
- повышение возможности предприятий, в том числе малых, к привлечению инвестиций и грантов;
- более эффективная система выхода на зарубежных партнеров и новые рынки;
- обеспечение занятости в условиях реформирования крупных предприятий и аутсорсинга<sup>1</sup> (одна из наиболее современных и успешных бизнес-моделей, позволяющая добиться реальных конкурентных преимуществ в любых сферах бизнеса без ограничений);
- консолидированное лоббирование интересов участников в различных органах власти.

Другим явным преимуществом кластерной формы организации производства на основе вертикальной интеграции является формирование особой формы инновации – «совокупного инновационного продукта», отличающегося не спонтанной концентрацией разнообразных научных и технологических изобретений, а наличием определенной системы распространения новых знаний и технологий. При этом важнейшим условием эффективной трансформации изобретений в инновации, а инноваций в конкурентные преимущества является развитие сети устойчивых связей между всеми участниками кластера.

В качестве примера применения кластерно-ориентированного подхода рассмотрим исследования по разработке инновационной стратегии в Нидерландах<sup>2</sup>. Вся экономика страны была разбита на 10 мегакластеров: сборочные отрасли, химические отрасли, энергетика, агропромышленный комплекс, строительство, СМИ, здравоохранение, коммерческие обслуживающие отрасли, некоммерческие обслуживающие отрасли, транспорт. Анализ потоков знаний между кластерами позволил выявить характерные черты инновационных процессов. Оказалось, что три кластера (сборочные отрасли, коммерческие обслуживающие отрасли и химические отрасли) служат как бы нетто-экспортерами знаний в другие кластеры. При этом первые два экспортируют знания во все остальные кластеры. Здравоохранение и некоммерческие обслуживающие отрасли (в которых имеются крупные учреждения индустрии знаний) тоже являются нетто-экспортерами знаний, хотя и в меньшей степени.

Кластеризация экономики, по мнению многих экспертов, представляет одно из эффективных средств решения тех масштабных задач, которые сегодня стоят перед Россией. К сдерживающим факторам развития кластеров в России можно отнести: низкое качество управления совместным бизнесом в отдельных секторах деятельности международных хозяйственных структур; слабый уровень развития приграничных территориальных кооперационных структур, которые, как правило, самостоятельно не справляются с задачей выработки и реализации приоритетов для продвижения интересов регионального бизнеса; недостаточный уровень коллективных плановых и программных решений по территориальному хозяйственному развитию; большие горизонты достижения ожидаемых результатов, так как реальные выгоды от создания кластеров проявляются только через 5-7 лет и т.д.

В этом контексте важное значение приобретает мировой опыт формирования кластеров. Так, например, опыт развития кластеров в Финляндии имеет особое значение для экономики северо-запада России, где уже сложились предпосылки для формирования аналогичных

<sup>1</sup> Аутсорсинг (outsourcing – буквально: вне источника) – целенаправленное выделение некоторых бизнес-процессов (или даже систем) и делегирование их реализации другим исполнителям. Аутсорсинг сводится к следующему: сосредоточить все ресурсы на том виде деятельности, который является основным для компании, и передать остальные (поддерживающие, сопутствующие) функции надежному и профессиональному партнеру.

<sup>2</sup> Якобс Д. Меры по развитию инновационных процессов: сайт «Государственный научно-исследовательский институт информационных технологий и телекоммуникаций». URL: <http://www.informika.ru>.

кластеров, которые по своим масштабам и потенциалу способны даже существенно превосходить финские<sup>1</sup>.

Финские экономисты в своих теоретических изысканиях по проблемам кластеризации национальной экономики используют «национальный ромб» конкурентных преимуществ М. Портера в форме так называемой Модели Даймонда, в которой в качестве третьей внешней силы, учитывающей глобальные экономические процессы, добавлен блок «Международная деловая активность» (International business activity) (рис. 6).

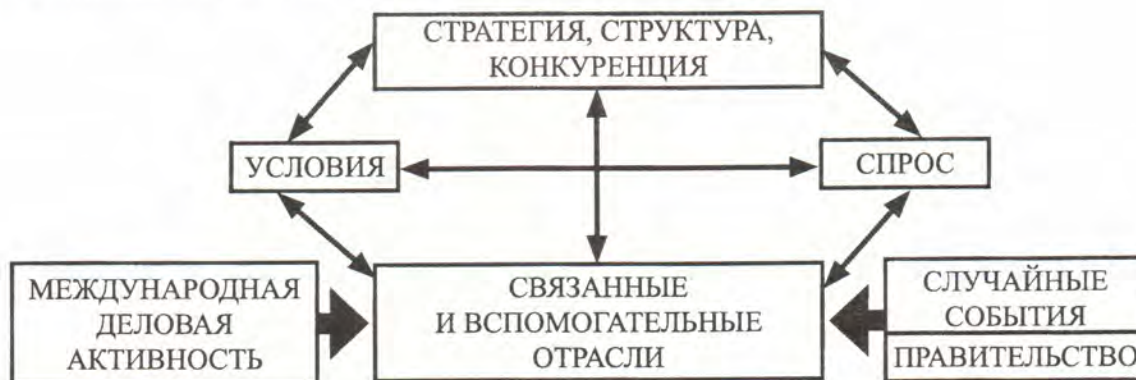


Рис. 6. Модель Даймонда «национального ромба» конкурентных преимуществ (Финляндия)

Сегодня на фоне растущих вызовов глобальной конкуренции и необходимости ускорения темпов развития российская экономика подошла к критическому рубежу своего развития: остро проявляются недостатки экспортно-сырьевой модели развития, существенно влияющие на экономический рост. Поэтому необходимо на принципах кластеризации экономики создавать условия для развития кооперации и сотрудничества, предполагающие свободный обмен ресурсами, технологиями, ноу-хау и т.д.

В современных мирохозяйственных условиях резко усилилась роль экзогенных факторов экономического и социального развития различных стран мира, что вызвано углублением процессов международной региональной транснационализации, экономической интеграции и глобализации экономики. Поэтому сотрудничество мирового делового сообщества в различных сферах и на различных условиях становится все более необходимым<sup>2</sup>.

В «Акте СБСЕ» была закреплена желательность: последовательного улучшения условий международного промышленного сотрудничества; защиты интересов партнеров по конкретным проектам, включая правовую защиту различных видов собственности; оказания партнерами взаимной помощи и предоставления информации, особенно в части технического уровня и качества продукции, предусмотренной к изготовлению по проектам; взаимодействия в области стандартизации и сертификации продукции как важных средств устранения препятствий в международной торговле и промышленном сотрудничестве.

Вступление в эпоху глобализации мировой экономики утвердило следующие формы международного промышленного сотрудничества:

- совместное производство, совместный (или скоординированный) сбыт и послепродажный сервис произведенной продукции;
- специализация и кооперация производства в отдельных отраслях и отраслевых комплексах;
- инжиниринг, сотрудничество в сооружении хозяйственных объектов, расширении и модернизации промышленных предприятий;

<sup>1</sup> Филиппов П. Кластеры конкурентоспособности // Эксперт Северо-Запад. 2003. № 43 (152).

<sup>2</sup> Еще в 1973 г. на Совещании по безопасности и сотрудничеству в Европе (СБСЕ) 33 государства мира подписали «Акт СБСЕ», в котором была впервые провозглашена необходимость развития международного промышленного сотрудничества.

Как отмечено в «Акте СБСЕ», суть международного промышленного сотрудничества – экономическое взаимодействие партнеров, выходящее за рамки внешней торговли.

- взаимный обмен технологиями, ноу-хау, технической информацией, лицензиями и патентами и их совместное, согласованное (или скоординированное) использование;
- совместные промышленные исследования в рамках конкретных проектов;
- гармонизация стандартов и технических условий производства продукции в области ее сертификации как важных средств устранения препятствий в международной торговле и промышленном сотрудничестве;
- совместная эксплуатация хозяйственных объектов в форме совместных предприятий, акционерных обществ и т.п.;
- арендное сотрудничество, в том числе лизинг в различных его формах.

На протяжении уже более тридцати лет международное промышленное сотрудничество стран и их компаний в индустриальной и аграрно-промышленной сфере, на транспорте, в строительстве, в области электроники, связи и информатики, охраны окружающей среды, разработки хозяйственных проектов международного значения и др., сокращая оборонительные рубежи международных региональных экономических группировок, формировало материально-производственную, научно-техническую, технологическую и корпоративно-управленческую базу глобализации мировой экономики.

Сегодня непосредственное межфирменное сотрудничество в материальном производстве ведет: к прогрессивному усложнению продукции, поступающей в международный товарооборот; быстрому расширению ассортимента продукции, особенно новинок; росту числа взаимозаменяемых продуктов, производимых разными технологическими способами; расширению поставок промежуточной продукции – компонентов, деталей узлов, агрегатов, комплектующих и т.д. Конкуренция между крупнейшими ТНК на мировом рынке в условиях глобализации перемещается в области регулирования форм и масштабов их научно-производственной и коммерческой деятельности, участия в международном промышленном сотрудничестве. Расширение их участия в этом процессе отражает поиск новых путей разрешения обостряющихся противоречий в мировом хозяйстве и усиливающейся конкурентной борьбы на внутренних национальных рынках и внешних товарных рынках.

Совместная предпринимательская деятельность компаний индустриально развитых стран в современных условиях уже превратилась в одну из ведущих форм международной концентрации производства и капитала, средством проникновения крупнейших фирм, в том числе многонациональных и транснациональных, на рынки других стран и укрепления на них своих конкурентных позиций. Вот почему в последние десятилетия во многих странах приобрели такое значение эффективные кластерные стратегии, которые строятся на центрах деловой активности, уже доказавших свою силу на мировом рынке. Правительства концентрируют усилия на поддержке существующих «кластеров» и создании новых сетей компаний, ранее не контактировавших между собой. Государство при этом не только способствует формированию новых кластеров, но и само становится участником этих сетей.

В современной экономике кластеры становятся точками роста внутреннего рынка и базой для международной экспансии. Именно поэтому в последние годы среди отечественных и зарубежных специалистов все более укрепляется точка зрения, что те регионы, на территориях которых формируются кластеры, становятся лидерами национальных экономик и их внешнеэкономических связей, а, напротив, территории, где нет кластеров, отходят на второй план и зачастую периодически переживают заметные социально-экономические кризисы.

Кластерные системы характеризуются следующими общими особенностями:

- наличие предприятия-лидера, определяющего долговременную совместную хозяйственную, инновационную и иные стратегии региональной экономической системы;
- территориальная локализация основной массы хозяйствующих субъектов – участников кластерной системы;
- устойчивость стратегических международных хозяйственных связей в рамках кластерной системы, включая ее межрегиональные и международные связи;
- долговременная внешнеэкономическая координация взаимодействия отечественных и зарубежных участников кластерной системы в рамках ее общенациональных и

внутрирегиональных программ развития, инвестиционных проектов, инновационных процессов;

- наличие конкурентоспособных кластеров позволяет национальной экономической системе удерживать уникальные собственные преимущества;
- наличие совместных корпоративных систем управления, контроля бизнес-процессов, коллективного хозяйственного мониторинга и т.д.

Идея кластера позволяет по-новому взглянуть на возможности развития экономики отдельно взятого государства, региона, отрасли, объяснить роли отдельных компаний, правительства, международной конкуренции в формировании бизнес-климата территорий. Укрепление конкурентной позиции кластеров, существенно зависящее от результативности производственно-хозяйственной деятельности каждой из входящих в них компаний, способствует появлению новых технологий менеджмента, формирует новую роль правительства, связанную с устранением препятствий на пути их развития.

Кластеры являются привлекательными для осуществления полноценного диалога между заинтересованными в развитии регионов сторонами – образовательными учреждениями, властью и бизнесом.

Кластеры, как правило, охватывают такие производства, как переработка сырья, изготовление товаров массового потребления, высокотехнологичные отрасли и т.д.

Необходимо отметить, что кластеризация экономики в настоящее время наиболее распространена в странах с развитой экономикой. Кластерные стратегии широко используются в странах объединенной Европы. Так, например:

- в Германии с 1995 г. действует программа создания биотехнологических кластеров Bio Regio, ключевые позиции в экономике занимают промышленные кластеры в области химии и машиностроения;

- правительство Великобритании определило районы вокруг городов Эдинбурга, Оксфорда и Юго-Восточной Англии как основные регионы размещения биотехнологических фирм;

- правительство Норвегии стимулирует сотрудничество между фирмами в кластере «морское хозяйство»;

- во Франции сформировались кластеры по производству продуктов питания, косметики в 1950–1960-е гг.;

- высокие темпы развития набрала экономика Австрии, где начали действовать трансграничные кластеры с Германией, Италией, Швейцарией, Венгрией, активизировались связи с Францией и Великобританией. Австрия разработала свой вариант экономической политики, где кластерный подход занял важное место, а ключевым фактором стала политика стимулирования развития связей между исследовательскими институтами и промышленным сектором, снижение регуляторных барьеров в инновационных программах, специализация кластеров и формирование центров конкурентоспособности. Эти процессы происходят в рамках инновационно-исследовательской программы;

- в Дании агропромышленный комплекс по объемам производства превышает все остальные секторы экономики, вместе взятые, и является ключевым с позиций потребительского рынка и инвестиционного потенциала. Особую роль в нем играет «молочная вертикаль» от молокопереработки до поставщиков технологий и оборудования. Датский Совет по развитию бизнеса, отвечающий перед правительством за разработку концепции кластеризации, инициировал ряд новых разработок в этой области;

- в Финляндии, где полностью кластеризована промышленность, особенно развит лесопромышленный кластер, занимающийся производством древесины и древесных продуктов, бумаги, мебели, полиграфического и связанного с ним оборудования. Тесное взаимодействие фирм, входящих в лесопромышленный кластер, в распространении знаний обеспечивает им устойчивые конкурентные преимущества перед основными торговыми соперниками. По оценке

экспертов, Финляндия лидирует по уровню как исследовательской, так и технологической кооперации<sup>1</sup>.

Несмотря на различие подходов, большинство стран Европы уже выработало для себя ту или иную кластерную стратегию. Страны, в наиболее явной форме осуществляющие такую стратегию, – Дания, Нидерланды, фламандский район Бельгии, Квебек (Канада), Финляндия. Франция и Италия могут служить примерами стран, в которых издавна практикуется своеобразная кластерная стратегия, хотя и под другим названием.

Кластер как социальное понятие представляет собой один из способов самоорганизации сообщества для выживания в условиях жесткой международной конкуренции. В качестве главных предпосылок возникновения кластера являются следующие объективные факторы:

– со стороны *бизнеса*:

- наличие ключевых собственников и предприятий, потенциально заинтересованных в сотрудничестве в рамках кластера;

- сформированные кооперационные и иные связи между предприятиями, имеющие определенные традиции, отработанные механизмы взаимодействия, достаточный и необходимый уровень взаимного доверия;

- достаточно высокий инновационный уровень предприятий и организаций потенциального кластера;

- наличие экспортной составляющей в продукции кластера;

- высокий уровень притязаний ключевых собственников;

- готовность ведущих менеджеров предприятий к деятельности в условиях растущего сотрудничества и конкуренции в интересах активного развития бизнеса и территории;

– со стороны *власти и бизнес-окружения*:

- органы власти заинтересованы в кластерном варианте развития экономики региона, развития кооперации и сотрудничества;

- органы власти имеют опыт успешного взаимодействия с бизнесом, в том числе, в секторе экономики, в котором предполагается инкубация кластера;

- нормативно-правовая база совершенствовалась усилиями властных структур региона, что положительно оценивается руководителями частного сектора и способствует деловому доверию;

- сложилась соответствующая инфраструктура поддержки бизнеса, накоплен опыт участия в реинжиниринге предприятий, оказании консалтинговых услуг;

- руководители региона готовы к диалогу с бизнесом на условиях партнерства;

- система профессионального образования обладает необходимыми кадрами и опытом подготовки кадров для соответствующих секторов экономики;

– со стороны *общественности*:

- кризис осознан общественностью (партии, научные организации, учреждения профессионального образования), формулируется необходимость, желание и готовность деятельности для выхода из кризиса;

- определились лидеры, которые предлагают идеи и документы, намечающие пути преодоления кризиса;

- известны эксперты, готовые и способные к развитию диалога власти и бизнеса в целях преодоления кризиса и повышения конкурентоспособности кластера.

### Литература:

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. – СПб : Питер, 1999. – 416 с.

2. Минцберг Г. Структура в кулаке. Создание эффективной организации / Г. Минцберг. – СПб : Питер, 2001. – 512 с.

<sup>1</sup> Цихан Т. В. Кластерная теория экономического развития // Теория и практика управления. 2003. № 5.

3. Портер М. Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран / М. Портер ; под ред. В. Д. Щетинина. – М. : Международные отношения, 1993. – 896 с.
4. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент : концепции и ситуации / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 576 с.
5. Филиппов П. Кластеры конкурентоспособности / П. Филиппов // Эксперт Северо-Запад. – 2003. – № 43 (152).
6. Хасаев Г. Р. Кластеры – современные инструменты повышения конкурентоспособности региона (через Партнерство к будущему) [Электронный ресурс] / Г. Р. Хасаев, Ю. В. Михеев. – Режим доступа: [www. URL: http://www.compass-r.ru03-1.htm](http://www.compass-r.ru03-1.htm).
7. Цихан Т. В. Кластерная теория экономического развития / Т. В. Цихан // Теория и практика управления. – 2003. – № 5.
8. Чандлер А. Стратегия и структура: учебник / А. Чандлер. – М. : Русская Деловая Литература, 1998. – 768 с.

**Бочкова Нелли Васильевна,**  
аспирант кафедры экономики и менеджмента,  
ассистент кафедры экономики и менеджмента  
Пензенской государственной технологической академии,  
e-mail: n1968p@yandex.ru

### **Роль государства в регулировании рынка труда The Role of the State in Labour Market Regulation**

*В современных условиях рынок труда является одним из индикаторов, состояние которого позволяет судить о национальном благополучии и эффективности социально-экономических преобразований. Таким образом, регулирование рынка труда выступает неотъемлемой составляющей государственной политики.*

*Under present-day conditions labour market is one of the indicators and its state lets us judge about the national prosperity and the efficiency of social and economic reforms. Thus, labour market regulation is an integral part of State Policy.*

*Ключевые слова: направления государственного регулирования рынка труда; роль государства в регулировании рынка труда.*

*Keywords: directions of state regulations of labour market; the role of labour market regulation.*

В экономической практике сложились два подхода к механизму регулирования рыночных отношений: первый подход – неоклассический, отстаивающий принцип автоматического саморегулирования рыночной системы, и второй – кейнсианский, отстаивающий позиции активного вмешательства государства в рыночную экономику, особенно в период депрессии и связанной с ней безработицей. Неоклассики полагают, что рынок труда, как и остальные рынки, функционирует на основе ценового механизма, то есть основным рыночным регулятором является заработная плата. Как цена труда она регулирует спрос и предложение, поддерживая их равновесие. Кейнсианцы, в отличие от неоклассиков, считают, что рынок труда находится в состоянии постоянного неравновесия. Ценовой механизм не способен устранить это неравновесие, так как размер заработной платы жестко фиксирован в определенном периоде и практически не поддается изменению, особенно в сторону уменьшения. Сбалансировать рынок труда можно посредством изменения величины совокупного спроса, которое осуществляет государство.

В России роль государства в регулировании рынка труда менялась в зависимости от формы экономических отношений. Так, Конституция СССР 1977 г. закрепляла не только право на труд, но и обязанность трудиться. За уклонение от работы в разные периоды устанавливалась как административная, так и уголовная ответственность. Возможность