

УДК 334.021

А. В. Лисевич

*Институт прикладной экономики и менеджмента
Балтийская государственная академия (ИПЭМ БГА РФ), Калининград*

КОНЦЕПЦИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВНУТРИГОРОДСКОЙ ЭКОНОМИКИ, КАК АКТИВНЫЙ ЭЛЕМЕНТ РЕГИОНАЛЬНОЙ КЛАСТЕРНОЙ ПОЛИТИКИ

В данной работе рассматривается концепция кластера как элемента экономического развития экономики и кластерной политики, как элемента управления. Определена роль кластеров и кластерной политики в развитии экономики как на макроуровне, так и на мезоуровне. Определено, что протекающий внутри кластера оборот знаний фундаментального, технологического, технического, естественно-научного, гуманитарного и экономического характера формирует базу системных производственных решений и новых типов управления производством. Рассмотрены принципы организации кластеров на географической территории. Представлена концепция конкурентоспособности внутригородской экономики М. Портера, являющаяся одним из методов организации региональной кластерной политики. Определена важность организации не только макрокластеров производственного назначения, но и необходимость инвестировать в «выращивание» местных кластеров, в частности, развивать рынок В2С, «Бизнес для потребителя». Данная современная форма организации рыночного пространства позволяет взаимодействовать напрямую с конечным потребителем, тем самым формируя более привлекательную для него конечную стоимость. Опыт, полученный иностранными специалистами в части кластерной концепции, возможно применить и на территории отдельных субъектов РФ, в частности в Калининградской области. Актуальным будет создание инновационного ювелирного кластера или бизнес-инкубатора для переработки янтаря. Это также будет стимулировать развитие малого бизнеса на территории региона.

Ключевые слова: кластер, кластерная политика, региональные кластеры, концепция внутригородской экономики, фонд Initiative for a Competitive Inner City, рынок В2С, «Бизнес для потребителя», английская ювелирная промышленность.

Кластерный подход к анализу структуры экономики стал применяться при разработке промышленной политики многих государств с 1995 г. и основывался на анализе структуры экономики страны и оценке перспектив конкурентоспособности действующих и развивающихся промышленных, инновационных, сельскохозяйственных и других кластеров. Кластерную политику проводят во многих развитых и развивающихся странах. Например, правительство Франции в 2005 году приняло программу развития 60 кластеров на три года стоимостью 1,5 млрд долларов. В Великобритании 15 млн фунтов потратили только на фонд, который будет финансировать создание инновационных кластеров. А правительство Казахстана в прошлом году запустило проект диверсификации экономики именно через создание кластеров.

Цель кластерной политики как элемента экономики знаний – укрепление региональной и национальной экономик [3]. Однако в зависимости

от типа кластера и региональных потребностей варьируются инструменты политики, которые отражены в трудах Е. С. Куценко и И. В. Пилипенко. К базовым инструментам, характерным для макроуровня и мезоуровня, относят:

- кластерные инициативы представляют собой методические указания для инициативных членов кластера по формированию или стимулированию развития кластеров, которые должны скоординировать усилия для осуществления эффективной экономической политики;
- кластерные проекты, непосредственно разработанные инвестиционные программы, состоящие из маркетинговых, финансовых, управленческих и производственных компонентов, направленные на интеграцию и повышение конкурентоспособности кластера;
- программы развития кластеров являются совокупностью кластерных проектов, которые включают в себя обоснование и перспективность

внедряемых программ и носят единый стратегический характер [2; 5].

Необходимо отметить также, что кластерная политика не должна быть принята в качестве основы для односторонней региональной специализации, которая делает регионы более уязвимыми. Это допускает возможность экономических угроз при утилизации кластера как для населения, так и для экономики. Наиболее успешными являются регионы, как правило, кластерный портфель которых сбалансирован посредством использования стратегий специализации и диверсификации.

Весьма интересен и значим опыт концепции М. Портера «Конкурентоспособность внутригородской экономики» при формировании оптимальной региональной кластерной политики [6].

В центре идеи лежит предположение о том, что город, как экономический объект, имеет ряд преимуществ, которые по определенным причинам упускаются из виду или используются не в полной мере.

Концепция имеет не только теоретическое обоснование, но и практическое применение. Под эгидой развития городской конкурентоспособности в 1994 году М. Портером был создан фонд Initiative for a Competitive Inner City, существующий и в настоящее время, который занимается поддержкой малого предпринимательства и разработкой стратегий городского развития на основе некоммерческих исследований. Таким образом, М. Портер стимулирует еще одну из основных функций предпринимательства – нововведения в производство [4].

Фонд ICIC изучил экономику в 100 американских мегаполисах с 1994 года. По результатам исследований были выявлены стратегии и передовые практические методы для создания конкурентоспособной экономики города. Были выявлены следующие базовые составляющие эффективной работы:

- для привлечения и удержания бизнес-структур необходимо использовать кластерный метод организации экономики и производства;
- образовательные учреждения должны выступать в базовых составляющих кластера.

Внедрение концепции возможно за счет развития уже имеющихся кластеров, фирм и учреждений, которые являются частью экономической деятельности (концентрации связанных и поддерживающих отраслей, которые объединяются, чтобы сформировать источники инноваций и роста производительности труда) или создания новых.

В рамках идеи «конкурентоспособности внутригородской экономики» М. Портером выделена совокупность факторов конкурентных преимуществ региона, получившая название «конкурентный ромб» (или «национальный ромб») по числу основных групп преимуществ. К ним относятся:

- совершенствование факторных условий: человеческие и природные ресурсы, научно-информационный потенциал, материальный капитал, инфраструктурный и реляционный капитал, в том числе факторы качества жизни;
- эффективное воздействие на параметры спроса: характер спроса, соответствие тенденциям изменения спроса на международных рынках и динамика объема спроса;
- поддержка и стимулирование развития смежных и обслуживающих отраслей: сферы поступления сырья и полуфабрикатов, сферы поступления оборудования, сферы использования сырья, оборудования, технологий.
- разработка стратегии и корректировка структуры предприятий: цели, стратегии, способы организации производств, менеджмент и маркетинг фирм, характер внутриотраслевой конкуренции [9].

По мнению М. Портера, основой конкурентоспособности любого города является баланс развития, как крупных производств, так и мелкого и среднего предпринимательства. Непропорциональное развитие в долгосрочном периоде приведет к кризису. М. Портер считает, что необходимо инвестировать в «выращивание» местных кластеров, в частности, развивать рынок B2C (Business-To-Consumer) – буквально «бизнес для потребителя» [8].

В самом широком смысле B2C – это сектор рынка, ориентированный на экономическое взаимодействие с конечным потребителем товаров или услуг, то есть с физическим лицом. Компания непосредственно нацелена на своих потребителей, чтобы продать продукт. Это характеризуется полным отсутствием посреднических фирм. Данное понятие разделяют и ведущие специалисты MBA-школы [9].

Р. Дуэрмайер, ведущий бизнес-эксперт портала About.com, определяет B2C рынок и как форму электронной торговли между юридическими лицами и физическими, и как тип интернет-ресурса, созданного для электронной коммерции [10].

Модель B2C позволяет осуществлять розничные продажи без участия посредников или при

их минимальном участии. Благодаря системе B2C увеличивается эффективность продаж, устанавливаются конкурентоспособные цены на реализуемые товары, охватывается более широкая аудитория: маркетинговые коммуникации в секторе B2C позволяют поддерживать связи и информировать о товарах и услугах потребителей вне зависимости от их места жительства, тем самым расширяя географию продаж. Это точку зрения высказывают бизнес-аналитики портала Smallbusiness [11].

Наиболее перспективными для создания кластеров сектора B2C являются следующие отрасли экономики:

- программное обеспечение и компьютерные игры;
- рестораны и компании общественного питания;
- индустрия производства одежды;
- ювелирная отрасль;
- творческая сфера;
- ремесленное дело.

Развитие экономики «снизу вверх» на основе небольших фирм является источником повышенной занятости, в том числе самозанятости, и способно активизировать участников, которые традиционно исключены из активной экономической среды, например, женщин в декретном отпуске и студентов.

Ярким примером развития рынка B2C в части ювелирной деятельности является Великобритания. Так, «лондонский» кластер включает в себя 25 процентов общеанглийского ювелирного производства, более 42 % из этого базируется в г. Фринг. Степень этой относительной концентрации можно увидеть в статистической информации. Так, кластер включает в себя 446 фирм, предоставляющих рабочие места для 2139 человек, и состоит из ювелиров, поставщиков, оптовиков розничной торговли и дизайнеров.

Фирмы это преимущественно небольшие, независимые семейные предприятия или индивидуальные предприниматели, в 68 % имеющие 10 или менее сотрудников.

В Хаттон Гарден, одном из районов Лондона, расположено порядка 400 предприятий, на территории в 11,33 га. Он известен как крупный центр ювелирной промышленности Великобритании. Также в этом районе базируются различные специализированные колледжи и специалисты по развитию кластера.

Данный кластер всячески поддерживается государством. Так, в начале 2000 г. при появлении

тенденций сокращения числа предприятий и рабочих мест Министерство торговли и промышленности предложило создать National Jewellery Steering Group», руководящую группу для генерирования и продвижения идей кластера.

Основными рабочими направлениями являются: курирование трудовых ресурсов кластера, ведение контроля в качестве и потребностях работников, разработка инвестиционного плана.

Основное внимание уделяется таким вопросам, как:

- доступность рабочего пространства – многие предприятия были вынуждены переехать из-за высокой стоимости аренды недвижимости;
- отсутствие деловых навыков среди ювелирных торговых предприятий;
- недостаточные навыки в ремесленных дисциплинах;
- отсутствие сотрудничества и обмена технологиями и производственной информацией;
- отсутствие явных представителей руководства кластера на национальном уровне.

Предложенная стратегия развития имеет следующие цели:

- стимулирование спроса посредством повышения качества и внедрения инновационного дизайна украшений и сопутствующих товаров;
- укрепление потенциала ювелирного кластера;
- координация эффективного партнерства и сотрудничества в секторе.

Вместе с тем при проведении анализа эффективности существования данного кластера было выявлено, что географическая близость не ключевое условие успешности. Наиболее значимыми являются стоимость ресурсов и интеграция производственной сферы в части обмена технологиями. Весьма важно развивать не только базовые сферы в кластере, но и в обязательном порядке сопутствующую логистику.

Опыт, полученный иностранными специалистами в части кластерной концепции, возможно, применить и на территории отдельных субъектов РФ, в частности в Калининградской области. Актуальным будет создание инновационного ювелирного кластера или бизнес-инкубатора для переработки янтаря. Это также будет стимулировать развитие малого бизнеса на территории региона.

Необходимо помнить, что кластеры представляют собой эффективные структуры для стимулирования конкурентоспособности, производительности и внедрения инноваций на малых предприятиях. Для формирования устойчивой

экономической среды городского пространства необходимо содействовать привлечению малых предприятий в межфирменной кооперации на местном, национальном, европейском и международном уровнях.

В целом кластерный подход является прекрасной основой для создания новых форм объединения знаний, стимулируя возникновение новых научно-технических направлений и их коммерческих приложений, а также косвенным образом поддерживая сферу образования, университетскую науку и венчурный бизнес. Он позволяет повысить эффективность взаимодействия частного сектора, государства, торговых ассоциаций, исследовательских и образовательных учреждений в инновационном процессе.



1. История экономических учений в вопросах и ответах: учеб.-методическое пособие. URL: <http://www.bibliotekar.ru/istoria-economicheskikh-ucheniy.htm>

2. Куценко Е. С. Региональная кластерная стратегия: маневрируя между правилами рынка и государства // Форсайт. 2012. № 3. С. 8–16.

3. Лисевич А. В. Оценка интеллектуального капитала как показатель эффективности региональной кластерной системы // Вестник Марийского государственного университета. Сер.: Сельскохозяйственные науки. Экономические науки. № 2. 2015.

4. Низова Л. М. Теоретические основы рынков факторов производства // Вестник Марийского государственного университета. Сер.: Сельскохозяйственные науки. Экономические науки. № 12. 2013. С. 37–41.

5. Пилипенко И. В. Проведение кластерной политики в России: приложение 6 к Ежегодному экономическому докладу Общероссийской общественной организации «Деловая Россия» «Стратегия 2020»: от экономики «директив» к экономике «стимулов». М., 2008.

6. Портер М. Конкуренция / пер. с англ. М.: Издательский дом «Вильямс», 2002. 168 с.

7. Porter M. E. The Competitive Advantage of the Inner City. Harvard Business Review 73, no. 3 (May – June 1995).

8. Initiative for a Competitive Inner City. URL: <http://www.icic.org/connection/blog-entry/blog-achieving-greater-cluster-based-economic-growth-by-incorporating-inner>

9. MBA skool. URL: <http://www.mbaskool.com/business-concepts/marketing-and-strategy-terms/2033-b2c-business-to-consumer.html>

10. About com. URL: http://homebusiness.about.com/od/homebusinessglossar1/g/b2c_defined.htm (дата обращения: 20.09.2015).

11. Smallbusiness. URL: <http://smallbusiness.chron.com/b2b-b2c-mean-56101.html>

12. Enright M. J. Regional clusters: what we know and what we should know // Innovation clusters and interregional competition. No. 1, 2003, pp. 99–129.

1. Istorija jekonomicheskikh uchenij v voprosah i otvetah: ucheb.-metodicheskoe posobie. URL: <http://www.bibliotekar.ru/istoria-economicheskikh-ucheniy.htm>

2. Kucenko E. S. Regional'naja klaster'naja strategija: manevriruju mezhdu pravilami rynka i gosudarstva. Forsajt. 2012. No. 3. Pp. 8–16.

3. Lisevich A. V. Ocenka intellektual'nogo kapitala kak pokazatel' jeffektivnosti regional'noj klaster'noj sistemy. Vestnik Marijskogo gosudarstvennogo universiteta. Ser.: Sel'skohozjajstvennyye nauki. Jekonomicheskie nauki. No. 2. 2015.

4. Nizova L. M. Teoreticheskie osnovy rynkov faktorov proizvodstva. Vestnik Marijskogo gosudarstvennogo universiteta. Ser.: Sel'skohozjajstvennyye nauki. Jekonomicheskie nauki. No. 12. 2013. Pp. 37–41.

5. Pilipenko I. V. Provedenie klaster'noj politiki v Rossii: prilozhenie 6 k Ezhegodnomu jekonomicheskomu dokladu Obshe-rossijskoj obshestvennoj organizacii «Delovaja Rossija» «Strategija 2020»: ot jekonomiki «direktiv» k jekonomike «stimulov». M., 2008.

6. Porter M. Konkurencija. Per. s angl. M.: Izdatel'skij dom «Vil'jams», 2002. 168 p.

7. Porter M. E. The Competitive Advantage of the Inner City. Harvard Business Review 73, no. 3 (May – June 1995).

8. Initiative for a Competitive Inner City. URL: <http://www.icic.org/connection/blog-entry/blog-achieving-greater-cluster-based-economic-growth-by-incorporating-inner>

9. MVA skool. URL: <http://www.mbaskool.com/business-concepts/marketing-and-strategy-terms/2033-b2c-business-to-consumer.html>

10. About com. URL: http://homebusiness.about.com/od/homebusinessglossar1/g/b2c_defined.htm (data obrashhenija: 20.09.2015).

11. Smallbusiness. URL: <http://smallbusiness.chron.com/b2b-b2c-mean-56101.html>

12. Enright M. J. Regional clusters: what we know and what we should know. Innovation clusters and interregional competition. No. 1. 2003. Pp. 99–129.

Статья поступила в редакцию 14.12.2015 г.

A. V. Lisevich

***Institute of Applied Economics and Management
of the Baltic State Academy (BHA IPEM RF), Kaliningrad, Russia***

**CONCEPT OF INNER-CITY ECONOMIC COMPETITIVENESS,
AS AN ACTIVE ELEMENT OF THE REGIONAL CLUSTER POLICY**

The paper deals with the concept of a cluster as part of the economic development of the economy and cluster policies, as a control. The study determined the role of clusters and cluster policy in economic development both at the macro and at the meso levels. It has been determined that the turnover flowing within a cluster of fundamental knowledge, technological, technical, science, humanitarian and economic system forms the basis of industrial solutions and new types of production management. The article describes the principles of the organization of clusters in a geographic area. The study introduces the concept of inner-city competitiveness of the economy by Michael Porter, one of the methods of the organization of regional cluster policy. The work defines the importance of the organization not only macro clusters of industrial purpose, but also the need to invest in the “cultivation” of local clusters, in particular to develop B2C market, “Business-to-consumer”. This modern form of organization of market space allows to interact directly with the end user, thereby creating a more attractive final cost for him. The experience of foreign experts of the cluster concept may be applied on the territory of the individual subjects of the Russian Federation, in particular in the Kaliningrad region. Accordingly, it is actually urgent to create an innovative cluster of jewelry or a business incubator for the processing of amber. It will also stimulate the development of small business in the region.

Keywords: cluster, cluster policy, regional clusters, concept of the urban economy, Foundation “Initiative for a Competitive Inner City”, B2C market, “Business to consumer”, English jewelry industry.