

УДК 658.112

П. О. Татарчук, аспірант,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

КЛАСТЕРНА МОДЕЛЬ ПРОСТОРОВОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

У статті узагальнено та критично охарактеризовано кластерну модель просторового розвитку економічних організацій та на основі аналізу досвіду формування кластерів в Україні визначено концептуальні основи забезпечення її ефективного впровадження в практику господарювання вітчизняних підприємств.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: розвиток підприємства, просторовий розвиток, географічна експансія, кластер, мережі підприємств, технопарки, стратегія розвитку підприємства.

Світова практика засвідчує, що функціонування найбільш процвітаючих економічних систем практично повністю забезпечуються за рахунок переваг у технологіях виробництва та управління. Тому успішний розвиток економічної системи будь-якого рівня можливий при комплексному використанні концепцій стратегічного управління з урахуванням процесів, які визначають специфіку сучасного етапу розвитку економіки. Зокрема, на макрорівні спостерігається поступова трансформація природи конкуренції в напрямку від «прямого протистояння» до «співконкуренції» і далі до відкритого або латентного співробітництва. При зовнішній суперечливості процесів кооперації й конкуренції між компаніями на конкретних ринках, в умовах глобалізації усе більш визначальними стають фактори, що сприяють налагодженню взаємодії учасників ринку. З розуміння цього виростає прагнення до кооперації між конкуруючими компаніями, які усвідомлюють значимість обміну досвідом і знаннями. Тому на мікрорівні в питаннях ресурсного забезпечення діяльності підприємств акценти зміщуються з матеріальних на нематеріальні ресурси. Підтвердженням тому служать результати досліджень, згідно яким унаслідок повсюдного вирівнювання якісних характеристик продукції й послуг споживачеві усе складніше віддавати перевагу тому або іншому товару, обґрунтовуючи свій вибір винятково споживчими властивостями продукту. У такій ситуації перевагу одержує те підприємство, що має відмітні ознаки в очах споживачів, тобто використовує більш сучасні інженерні й управлінські технології.

Зазначені процеси обумовлюють необхідність пошуку адекватних та ефективних способів розвитку економічних організацій, що вимагає розробки адекватної сучасним умовам господарювання підприємств моделі їх розвитку. Одним з можливих варіантів реалізації такої моделі є стратегія географічної експансії — комплексна за характером формування стратегія, що визначає переглядуваний набір способів досягнення довгострокових конкурентних переваг для забезпечення поновленої відмітності й прибутковості підприємства внаслідок розширення сфери географічної присутності підприємства в ринковому просторі.

Взагалі проблему просторового розвитку підприємств доцільно розглядати у двох контекстах. Перший зосереджений виключно на суто економічних факторах просторового розташування виробництва, що яскраво відображено в чисельних працях (наприклад [1—4]), присвячених науковому обґрунтуванню розміщення продуктивних чинностей. Менш дослідженим та методологічно розвинутих залишається контекст стратегічного управління географічною експансією підприємством. Слід визнати, що значний внесок у розробку стратегічних управлінських рішень щодо обґрунтування географічної присутності підприємств на різних ринках з метою набуття й утримання ними своїх конкурентних переваг зробили М. Портер, І. Ансофф, А. А. Томпсон і А. Дж. Стрікленд та ін. Останніми роками все більший інтерес наукової спільноти викликають питання організаційного оформлення гео-

графічної експансії підприємств у вигляді франчайзингових угод, операцій злиттів і поглинань, змережування підприємств та утворення стратегічних альянсів. Окремий блок у системі методологічного підґрунтя просторового розвитку підприємства утворюють питання доцільності участі останнього в кластерних утвореннях з метою забезпечення своєї прибутковості і стратегічної відмітності. Зокрема, з теоретичними основами та географічними особливостями кластерів в Україні можна ознайомитись, наприклад, у роботах С. І. Соколова [5], А. Г. Семенова та Т. І Куртева [6].

Однак проблема формування цілісного уявлення про просторовий розвиток підприємства та розвинення методичних засад стратегічного управління відповідними процесами залишається мало дослідженою, особливо у вітчизняній управлінській науці, тому потребує подальшої розробки. У такій постановці проблеми назріла нагальна потреба активного вивчення переваг і можливих обмежень просторового розвитку підприємств з метою підвищення їхньої конкурентоспроможності за кластерною моделлю [7].

Метою цієї статті є висвітлення зарубіжного та вітчизняного досвіду участі підприємств у кластерних утвореннях з метою забезпечення належного рівня їх конкурентоспроможності та узагальнення теоретико-методичних засад кластеризації як моделі реалізації просторового розвитку підприємства.

Просторовий розвиток підприємства доцільно розглядати через призму зміни структури його взаємовідносин, яка призводить до трансформації та розширення контуру взаємозв'язків з елементами надсистеми підприємства (системи більш високого порядку — кластеру, регіону, галузі, країни тощо), що зумовлює якісну зміну його функціонального призначення.

Аналізуючи та систематизуючи світовий досвід, можливий спектр причин, що спонукають керівництво підприємств реалізовувати просторовий розвиток, можна констатувати, що найчастіше підприємство прагне до покращення (зміцнення) своєї конкурентної позиції та намагається створити такі умови функціонування, за яких можливо отримати синергію в різних сферах діяльності (операційній, фінансовій, управлінській тощо). Необхідно підкреслити, що для вітчизняної практики характерними є такі ситуації, коли моделі просторового розвитку свідомо впроваджуються для протистояння експансії на внутрішній ринок західних конкурентів. Зазначені мотиви є також рушійною силою для формування довготривалих партнерських зв'язків між підприємствами. Подібна взаємодія може відбуватися у різних формах.

У сучасному світі одним з найпопулярніших інструментів підвищення конкурентоспроможності економічних систем на мікро-, мезо- й макрорівнях є кластерна стратегія. Поняття «кластер» поширилося в економічній теорії завдяки працям А. Маршала, який ще в XIX ст. проводив дослідження індустріальних округів Великої Британії. Однак широке практичне впровадження кластерна модель просторового розвитку підприємств отримала через сторіччя, коли в Італії вибухнув кластерний бум, що привів тамтешніх виробників товарів ширвжитку до прориву на світових ринках. Сучасне звучання кластерна стратегія набула завдяки дослідженням М. Портера [3]. З кінця 1990-х рр. кластерною стратегією всерйоз зацікавилися й у Росії, і в Україні.

В економічній літературі є різні підходи до проблем виникнення й розвитку кластерів. У концепції індустріальних округів, створеної на основі вивчення італійського досвіду, основний акцент робиться на безперервному здійсненні інновацій. Американські дослідники, що вивчали досвід Силіконової долини, особливу увагу приділяють взаємодії таких факторів, як вертикальна дезінтеграція фірм, скорочення транзакційних витрат, спеціалізації місцевого ринку праці. Шведські дослідники, що належать до школи економіки знання, підкреслюють велике значення інновацій як основи конкурентних переваг держав, регіонів і фірм [8].

Різноманіття та індивідуальність кластерів утрудняють їхню типізацію. Відомі різні визначення цієї форми взаємин між різними учасниками бізнес-співтовариства. У цілому розрізняють 3 широкі визначення кластерів [4]:

— регіонально обмежені форми економічної активності усередині родинних секторів, звичайно прив'язаних до тих або інших наукових установ (НДІ, університетів і т.п.);

— вертикальні виробничі ланцюжки (виробник—збутовик—клієнт), у яких суміжні етапи виробничого процесу утворюють ядро кластера; до цієї ж категорії попадають мережі, що формуються навколо головних фірм;

— галузі промисловості або сукупність сфер діяльності, визначені на високому рівні агрегації (наприклад, «хімічний кластер», «агропромисловий кластер»).

При цьому варто розрізнити *кластери й мережі* підприємств [9]. Термін «мережа» відноситься до групи фірм, які взаємодіють для досягнення загальних цілей, доповнюючи один одного й спеціалізуючись, щоб вирішити загальні проблеми, досягти колективної ефективності й/або захопити нові ринки. Термін «кластер» вказує на переважно галузеву й географічну концентрацію підприємств, які виробляють і продають спільними зусиллями ряд пов'язаних або взаємодоповнюючих товарів.

Отже, надалі у межах розкриття визначеної проблеми під кластером будемо розуміти стійке територіально-галузеве партнерство, в якому підприємства, організації та установи об'єднуються інноваційною програмою впровадження передових виробничих, інжинірингових та управлінських технологій з метою підвищення конкурентоспроможності учасників кластера. Таким чином, відмітними ознаками кластерної моделі просторового розвитку підприємства слід визнати: а) взаємодію його учасників у межах єдиного ланцюжка створення вартості [2]; б) одержання фірмами-учасницями синергійного ефекту; в) розмитість зв'язків між учасниками; г) інноваційну орієнтованість. Кластери, як правило, формуються там, де здійснюється або очікується «проривне» просування в області техніки й технології виробництва з подальшим виходом у нові «ринкові ніші».

Як партнерство взаємозалежних підприємств, установ, організацій, окремих осіб ефективно функціонуючий кластер матиме потенціал, що перевищує просту суму потенціалів окремих його складових. Компанії виграють, маючи можливість ділитися позитивним досвідом і знижувати витрати, спільно використовуючи послуги постачальників. При цьому треба враховувати, що кожний з учасників вирішує свої характерні завдання, що обумовлені статутними, програмними, нормативними документами.

Склад учасників кластерного утворення може бути доволі широким: виробники й постачальники, інжинірингові й консалтингові фірми, науково-дослідні організації й вищі навчальні заклади, кредитні організації й банки, інфраструктура, адміністрації регіонів, професійні й громадські організації. Однак функціонування в межах такої «спільноти» сприяє формальному й неформальному обміну знаннями, співробітництву між організаціями із взаємодоповнюючими активами й професійними компетенціями [10].

На відміну від звичайних форм коопераційно-господарських зв'язків малого, середнього й великого бізнесу, кластерні системи характеризуються наступними особливостями: а) наявністю великого підприємства-лідера, що визначає довгострокову господарську, інноваційну й іншу стратегію всієї системи; б) територіальною локалізацією основної маси учасників кластерної системи; в) стабільністю й домінуючим значенням господарських зв'язків для більшості її учасників; г) довгостроковою координацією взаємодії учасників системи в рамках їх виробничих програм, інноваційних процесів та ін.

Найбільш відомими системами кластерного типу є приклади кооперації компаній: в області комп'ютерної техніки й інформаційних технологій — у Силіконовій долині (США); зв'язку й телекомунікацій — у Хельсінкі (Фінляндія), кіновиробни-

цтва — у Голлівуді (США), аерокосмічної промисловості — у Московському регіоні [11].

У більшості випадків галузі промисловості, що входять у кластери, групуються, виходячи зі ступеня міжгалузевої циркуляції продукції й знань та включають: а) потоки технологій, обумовлені придбанням продуктів і проміжних товарів в інших галузях, а також взаємодією між їхніми виробниками та споживачами; б) технічну взаємодію, утілену в патентуванні, освоєнні патентів, використанні наукових результатів у кількох суміжних галузях, а також у спільних дослідницьких проектах; в) мобільність персоналу між сегментами кластера з метою поширення кращих досягнень управління.

Виробнича структура кластера завжди більше вигідна, чим галузева, тому що тут внутрішньофірмові зв'язки більш щільні. Кластер породжує ефект масштабу виробництва, в основі якого наявність «інноваційного ядра» виробництва певного виду продукції або послуги. Кластерна виробнича структура синтезує ефект синергії, що виникає на основі загальної стандартизації продукції. Таким чином, всі учасники кластера одержують додаткові конкурентні переваги під впливом сукупного впливу ефектів масштабу, охоплення й синергії.

Роль кластерів у підвищенні рівня конкурентоспроможності різних економічних систем зростає внаслідок передачі по технологічних ланцюжках товарів з високою споживчою цінністю, а також інших переваг високої конкурентоспроможності від фірми-родоначальниці кластера до підприємств-суміжників. Конкурентоспроможність поширюється й уверх по технологічному ланцюжку. Учасники кластера вимагають підняти якість напівфабрикатів, що поставляються їм, що зумовлює поступове зростання рівню конкурентоспроможності постачальників. Тому завдяки запеклій конкуренції фірм кластера на внутрішньому національному ринку — з одного боку, та поділяє між усіма учасниками кластеру спільній «комерційній ідеології» — з іншого, в умовах спільної зарубіжної експансії стартові позиції вітчизняних підприємств суттєво покращуються.

Саме внаслідок формування високого конкурентного «імунітету» учасників кластера уряди багатьох країн концентрують зусилля на підтримці існуючих кластерів та створенні нових мереж компаній, що раніше не контактували між собою. Зокрема, кластерні стратегії широко використовуються в країнах Європи. Наприклад, у Німеччині з 1995 р. діє програма створення біотехнологічних кластерів *Bio Regio*. У Великобританії урядом визначено райони навколо Единбурга, Оксфорда й Південно-Східної Англії як основні регіони розміщення біотехнологічних фірм. У Норвегії уряд стимулює співробітництво між фірмами в кластері «морське господарство». У Фінляндії розвинений лісопромисловий кластер, до складу якого входять підприємства з виробництва деревини й дерев'яних продуктів, паперу, меблів, поліграфічного й пов'язаного з ним устаткування. За оцінками експертів, Фінляндія лідирує за рівнем дослідницької та технологічної кооперації [12].

Останніми роками впровадження кластерного підходу успішно здійснюється в економіці України.

Прикладом успішного діючого вітчизняного кластера є найбільший в Україні технопарк «Інститут електрозварювання ім. Е. Патона». За період 2000–2004 рр. без бюджетного фінансування технопарком випущено інноваційної продукції на 2,2 млрд грн, відшкодовано в бюджет 179 млн грн, створено більше тисячі робочих місць, вкладено в інноваційні проекти 143 млн грн [6].

Модель технопарку розглядається як перспективна для вітчизняної автомобільної промисловості. Яскравим прикладом кластерної моделі просторового розвитку підприємств автомобілебудування є проект формування під крилом закарпатського заводу «Єврокар» Індустріального парку Соломонове, що поєднає в єдиний комплекс автомобільне виробництво, складальне підприємство й виробників комплектуючих. Передбачається, що до участі в кластері будуть залучені фірми Johnson Controls Inc. (Німеччина-Чехія), Delphi Packard Electric (Чехія), SAS (Чехія),

Quehenberger Logistik (Австрія), Jabil Circuit (Нідерланди-Великобританія-Україна), Siemens AG (Україна), Siemens VDO (Росія), ЗАТ «Росава» (Україна), ВАТ «КрКЗ» (Україна), ТОВ «Торговий Дім ISTA» та ін. У перспективі планується створити мережу підприємств, що працюють не тільки для «Єврокар», але й для інших вітчизняних автовиробників, а також з перспективою експорту продукції в країни СНД і Європи [13].

В Україні є також приклади успішно діючих кластерів, відмінних від технопарків. Так, у Хмельницькій області, що є лідером в сфері формування й діяльності кластерних систем в Україні, діє будівельний кластер, що охоплює Славутський, Шепетівський, Полонський, Теофіпольський та Білогірський райони Хмельницької області й ряд інших регіонів України.

Одним з найстарших і великих вітчизняних кластерних утворень є Хмельницький будівельний кластер «Поділля», що об'єднав біля 30-ти підприємств будіндустрії області, у результаті чого досягнуті лідируючі позиції на будівельному ринку регіону; забезпечено гнучкість, мобільність, інноваційність та високу якість робіт при виконанні замовлень на спорудження нетрадиційних об'єктів. Особливих перспектив набули туристичні кластери у Хмельницькій області (наприклад, у м. Кам'янець-Подільському, кластер еко-агротуризму в м. Грицеві Шепетівського району), які орієнтовані на використання місцевих багатих природних ресурсів та ініціативу ділових кіл. Крім вищезгаданих, варто згадати також кластери деревообробки, будівництва й будматеріалів.

Всеукраїнський високотехнологічний фармацевтичний кластер Група компаній «Біокон» поєднує компанії, що оперують на всіх рівнях оптово-роздрібного сегмента фармацевтичного ринку. У групу входять компанії: «Аптека Біокон» — національний оптовий оператор; «Аптечне об'єднання «Біокон» — роздрібна компанія, аптечна мережа в Києві; «Фармація» — роздрібна компанія, аптечна мережа в АР Крим; «Український медичний союз» — компанія, що здійснює доставку препаратів поштою; логістичний центр ХФК «Біокон» — митно-ліцензійний склад; офісний центр. Дуже важливим є наявність у складі «Біокон» окремих структур (3 промоційні компанії — «Хелс Промоушн», «ПромоФарма», «Аркамед»), які здійснюють пошук перспективних лікарських засобів, поки не представлених на українському ринку. Кластер надає повний сервіс, що забезпечує проходження препаратом всіх етапів, — від виробника до покупця [14].

Багато успішних вітчизняних підприємств і компаній знаходяться на стадії інтуїтивної неформальної кластеризації шляхом реалізації бізнес-схем, подібних до мережевого маркетингу. Наприклад, моделі «оболонкових» фірм отримують поширення у фармацевтиці, видавничій справі, а також у виробництві й реалізації косметичної й взуттєвої продукції. На таких засадах функціонують компанія «СБС-Фармація», ТОВ «Ардо» (власник бренду «SIMFO»), фірма «Ловді» (власник бренду «Color me»). Однак тільки усвідомлене формування кластерів дозволяє повною мірою використовувати й забезпечити їхні конкурентні переваги.

Можна констатувати, що починаючи з 1998 року сфера розвитку кластерів у регіонах України істотно розширилася: мережні об'єднання організацій і фірм були сформовані в Луцьку, Львові, Житомирі, Івано-Франківську, Рівне, Тернополі, Черкасах, Чернівцях, Кіровограді, Херсоні, Миколаєві й Севастополі. Таким чином, в Україні створилися передумови для масового формування нових виробничих систем (кластерів) у різних сферах господарської діяльності.

Незважаючи на ряд істотних переваг кластерної моделі просторового розвитку економічних організацій, необхідно враховувати труднощі, що виникають у розвитку кооперації між компаніями-учасниками, інститутами (діловими асоціаціями), а також приватним і державним секторами. По-перше, беручи участь у кластері, компанія ризикує розкрити свої виробничі секрети конкурентам. По-друге, не можна не враховувати, що будь-які дії з розвитку кооперації між компаніями, в решті решт, ведуть до додаткових витрат (участь у спільних акціях, інвестування на

спільні проекти розвитку, поліпшення соціально-економічного клімату в кластері). По-третє, інститути (ділові асоціації, союзи, торгово-промислові палати), як правило, орієнтовані на роботу з великими компаніями, що зуміли розробити свою конкурентну стратегію, у зв'язку із чим малі й середні компанії обділені увагою з боку ділових асоціацій. Крім того, багато підтримуючих інститутів, особливо в галузі освіти й науки, не мають прямої зацікавленості в розвитку безпосередніх контактів з виробничими компаніями. По-четверте, на взаємини приватного й державного секторів на регіональному й державному рівнях можуть серйозно впливати такі фактори, як політична орієнтація учасників, персональні антипатії окремих лідерів, традиційна ворожнеча між сімейними групами, що ускладнює реалізацію кластерних ініціатив. У зв'язку із цим, не можна не відзначити, що ініціативи приватного сектору можуть зустріти потужний опір з боку місцевих адміністрацій і центральних урядових структур, що відповідно, гальмує будь-яке просування в справі формування дієвих партнерських відносин.

Як відзначають дослідники, для забезпечення результативності кластерної моделі просторового розвитку підприємств в Україні необхідно забезпечити активно розробляти такі напрямки [15]:

— формування стратегії підвищення конкурентоспроможності України на основі мережеских структур (кластерів) на державному рівні, т.ч. шляхом законотворчої роботи з формування сприятливого для розвитку підприємництва ділового середовища з особливим акцентом на підтримку мережеских структур;

— широке інформування й підготовка (навчання) представників державного сектору, ділових кіл і зацікавлених інститутів з метою більш раціонального розвитку кластерних ініціатив;

— поступова та раціональна трансформація галузевого підходу в модель кластерної взаємодії підприємств, насамперед у таких сферах діяльності, як охорона навколишнього середовища й еко-туризм для створення екологічно чистої продукції й екологічно чистого середовища для населення;

— активізація ролі неурядових, неприбуткових організацій, ділових асоціацій, орієнтованих на формування сприятливого підприємницького середовища;

— уряд має виступати в ролі посередника й каталізатора кластерних ініціатив у різних сферах економіки.

У висновку хотілося б відзначити, що успіх кластерної моделі просторового розвитку економічних систем будь-якого рівня залежить від формування взаємин, що виникають, насамперед, між людьми, а не між організаціями. Виняткову важливість у цих процесах має людський фактор, а також формування здорового інтелектуального середовища.

Література

1. Мигранян А. А. Теоретические аспекты формирования конкурентоспособных кластеров в странах с переходной экономикой // Вестник КРСУ. — 2002. — № 3.
2. Кластерная политика в Российских регионах: Справочно-библиографические материалы. — Самара, 2007.
3. Портер М. Международная конкуренция. — М.: Международные отношения, 1993.
4. Цихан Т. В. Кластерная теория экономического развития // Теория и практика управления. — 2003. — № 5.
5. Соколенко С. И. Кластерная модель: опыт мировой и стран с переходной экономикой // Organization for security and co-operation in Europe united nations economic commission for Europe regional forum «Public-Private Co-operation in Industrial Restructuring» 2-3 November 2004, Almaty, Kazakhstan.
6. Семенов А. Г., Куртева Т. И. Перспективы становления кластерных систем субъектов хозяйствования Севастополя.

7. Ковалевский В., Артемчук В. Предпринимательский кластер как основа конкурентоспособности экономики муниципального образования // <http://www.library.ru/help/docs/n23078/Kovalevsky.rtf>
8. Создание и функционирование кластеров <http://subcontract.by/content/view/10/1/1/>
9. Третьяк В. П. Кластеры предприятий: пути создания и результативность функционирования <http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/149682/participant/155475.html>
10. Хасаев Г. Р., Михеев Ю. В. Кластеры — современные инструменты повышения конкурентоспособности региона (через Партнерство к будущему) // <http://www.compass-r.ru/st-5-03-1.htm>
11. EUROPE REGIONAL FORUM «Social Aspects and Financing of Industrial Restructuring» 26 and 27 November 2003, Moscow, Russian Federation.
12. Фишер П. Как превратить Россию в привлекательный рынок для потенциальных инвесторов/ П.Фишер// *Вопр.экономики.* — 2002. — № 2.
13. Мигранян А.А. Теоретические аспекты формирования конкурентоспособных кластеров в странах с переходной экономикой // *ВЕСТНИК КРСУ* / № 3, 2002 г.
14. Что за кластер? <http://ua.autoreview.ru/news/detail.php?ID=6267&print=Y>
15. Кластер компаний «Биокон»: в будущее — только вместе! // *Еженедельник «Аптека»* № 39 (560) от 9.10.2006 г.
16. Соколенко С. И. Подъем национальной конкурентоспособности на основе кластерной модели (мировой опыт и первые шаги в Украине) // *INTERNATIONAL LABOUR ORGANIZATION UNITED NATIONS ECONOMIC COMMISSION FOR*

Стаття надійшла до редакції 19.11.2007 р.