

УДК 338

В.І. Захарченко, проф., д-р екон. наук, О.В. Бондаренко, здобувач
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

Дослідження підвищення ефективності виробничого кластеру

У статті доводиться теза про ефективність виробничого кластеру. У якості бази для доказу використовується ромб конкурентоздатності М. Портера. Визначені основні чинники конкурентоспроможності кластеру. Розкрита сутність мікроекономічної ефективності кластеру. Обґрунтовані основоположні ринкові сили ефективності кластеру в порівнянні з окремою фірмою. Визначені важливі переваги кластеру з позиції попиту та пропозиції.

кластер, конкурентоспроможність, підприємство, попит, пропозиція, переваги

В.И. Захарченко, А.В. Бондаренко

Одесский национальный университет имени И.И. Мечникова

Исследование повышения эффективности производственного кластера

В статье доказывается тезис об эффективности производственного кластера. В качестве базы для доказательства используется ромб конкурентоспособности М. Портера. Определены основные факторы конкурентоспособности кластера. Раскрыта сущность микроэкономической эффективности кластера. Обоснованы основополагающие рыночные силы эффективности кластера по сравнению с отдельной фирмой. Определены важные преимущества кластера с позиции спроса и предложения.

ключевые слова: кластер, конкурентоспособность, предприятие, спрос, предложение, преимущества

Постановка проблеми. Кластери – нова форма організації виробництва в умовах глобальної економіки. Їх описують як «сконцентровані за географічною ознакою групи взаємозалежних компаній ..., які є конкурентами, але при цьому ведуть спільну роботу» [3]. Важливо, що, перебуваючи всередині однієї території і однієї галузі, компанії кластеру зберігають юридичну і господарську самостійність, одночасно користуючись вигодами кооперації. Але часто компанії, розростаючись, об'єднуються в одну ієрархічну структуру за допомогою злиття і поглинань чи прийняття відповідних рішень – у разі державного управління. Так, в 2010 р. Уряд України підтримав ініціативу щодо створення кластерної моделі розвитку художніх промислів шляхом прийняття відповідних розпоряджень. Івано-Франківська область була визначена базовою для впровадження кластерної моделі розвитку таких промислів (кластер «Сузір'я») [2, с. 9].

Огляд наукових підходів. Дослідженням кластерів та їх перевагами в умовах глобалізації займалися зарубіжні та вітчизняні вчені: Б. Вікстед, М. Войнаренко, В. Захарченко, В. Осипов, М. Портер, Л. Рибчинська та ін. Проте недостатньо приділено уваги перевагам кластеру, у якості бази доказів яких використовується ромб конкурентоспроможності М. Портера.

Мета статті – розглянути основні фактори конкурентоспроможності та обґрунтувати переваги кластеру для кожного окремого підприємства, використовуючи ромб конкурентоспроможності М. Портера.

Результати дослідження. М. Портер у своїй збірці статей «Конкуренція» говорить про те що «кластер - реальне втілення ромба конкурентоспроможності» [6].

Скористаємося цією моделлю (рис. 1), щоб довести тезу М. Портера, розкривши природу мікроекономічної ефективності кластеру. Розглянемо чотири основоположні ринкові сили і покажемо, як кластер виявляється більш ефективним в порівнянні з окремою фірмою.

Портер описує фактор пропозиції як сукупність ключових чинників – до них відносяться кваліфікована робоча сила, інфраструктура і капітал, і неключових – сировина і некваліфікована робоча сила. Розглянемо специфіку взаємодії кожного з елементів з кластером.

Пропозиція. По-перше, кластер дуже ефективно працює з постачальниками. З одного боку, підприємства кластера отримують вигідні ціни на сировину за рахунок оптових замовлень, тому що для зовнішніх постачальників кластер діє як єдина організація. З іншого боку, кластер складається з окремих підприємств малого та середнього розміру, і тому ресурси використовуються більш ефективно – визначаються обсяги замовлень, діє спрощена система відстеження поставок в порівнянні з більшими корпораціями і т. д.

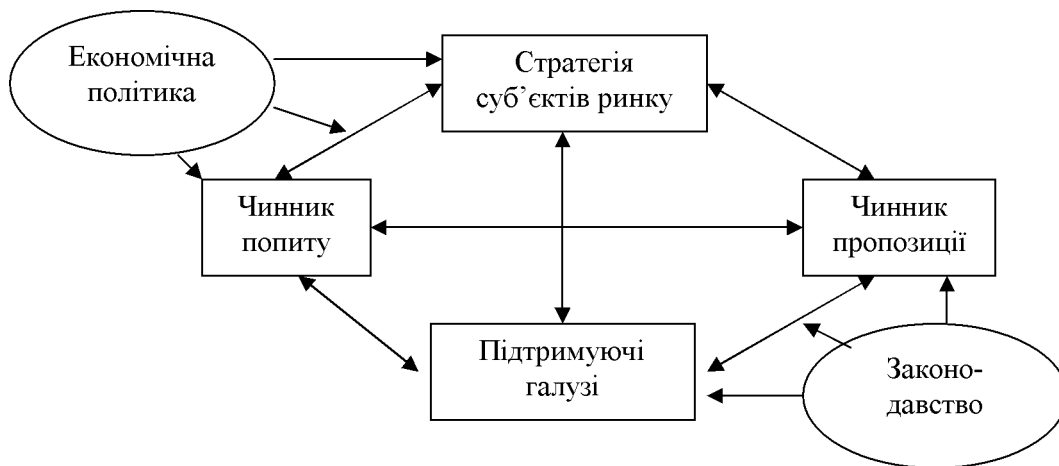


Рисунок 1 – Модель ромба конкурентоспроможності [4]

Найчастіше ключові постачальники вже знаходяться всередині кластерної структури, що дає виробництву переваги, які виражаються в зниженій собівартості ресурсів, швидких поставках, орієнтованих на потреби виробництва, відсутності процедури укладення договорів, що займає у великих компаніях до декількох місяців.

Друга сильна сторона кластера – використання кваліфікованої робочої сили, дислокованої в регіоні, і постійне підвищення кваліфікації співробітників. Кластер, як правило, виникає там, де є передумови до розвитку галузі, отже, існують профільні фахівці і профільний освітній заклад, який готує кадри. Наявність спеціалізованих кадрів і постійний процес їх заповнення стають однією з конкурентних переваг кластеру. З ростом структури, зростанням зарплат і кар'єрних можливостей приплив фахівців у кластерний регіон збільшується.

Інфраструктура – одна з важливих екстерналій виробництва, яку кластеру вдається інтерналізувати. Адже кластерне підприємство, як правило, не тільки локалізовано в якійсь області, а й фізично займає значну частину території. Таким чином, кластер виявляється безпосередньо зацікавленим в наявності максимально розвиненої інфраструктури – для зручності сполучення і скорочення транспортних витрат, для ефективної комунікації із зовнішнім світом, нарешті для підтримки якості життя зайнятих на підприємствах співробітників.

Кластеру вдається реалізувати таку зацікавленість на практиці: по-перше, за

допомогою самостійного інвестування в розвиток території, по-друге, через важелі впливу на місцеві влади, які вкладають в інфраструктуру в кінцевому підсумку податкові надходження від кластера.

М. Портер називає блага, створювані кластером в кооперації з місцевою владою, «квазігромадськими»: з одного боку, доступ до них обмежений – для того, щоб скористатися місцевою інфраструктурою, необхідно бути частиною кластеру. З іншого – цінність подібних інвестицій у регіон має громадський і довгостроковий характер.

Стратегія фірм. Розвиток кластера тісно пов'язане з розвитком спеціалізації регіону. Природний наслідок спеціалізації – більш конкурентоспроможне виробництво за рахунок вузькопрофільних інновацій, вироблення стандартних процесів і процедур, що дозволяють багаторазово підвищити продуктивність.

Кластер має переваги структурного характеру порівняно і з великими компаніями. Більша гнучкість і чіпкість невеликої організації, а не відділу корпорації забезпечує і кращий результат. У швидкоплинному сучасному світі особливо важливо вловити останню тенденцію і реалізувати її швидше, ніж конкуренти; виконати замовлення клієнта з максимальним ступенем індивідуалізації. Кластер легше реалізує цю стратегію в силу своїх структурних особливостей ніж, скажімо, велика корпорація з величезними коштами, та бюрократичною неповороткістю.

Додатковим стимулом до підвищення якості вироблених товарів чи послуг виявляється жорстка локальна конкуренція. Так, якщо якість роботи, рівень гнучкості або інновацій одного підприємства не задовольнятиме замовника, у нього завжди буде можливість «піти» до сусіднього підприємства. Ця обставина змушує підприємства кластера постійно шукати шляхи підвищення якості роботи.

На противагу конкуренції працює внутрішня кооперація кластеру. Прагнучи оптимізувати витрати на залучення клієнтів, фірми об'єднуються для проведення загальної маркетингової політики і, коли знаходять великого замовника, розбивають замовлення між учасниками кластеру. Як приклад наведемо іракський «килимовий» кластер, створений у відповідь на замовлення на виробництво 5000 килимів. Замовлення такого обсягу не могло бути виконано жодною з окремих фірм регіону, що послужило причиною початку кооперації підприємств.

Кластер також ефективно працює як механізм мінімізації ризиків і транзакційних витрат – порівняно з розрізненими підприємствами малого та середнього бізнесу. По-перше, цей поділ інвестиційних ризиків між підприємствами кластера, завдяки якому кластер може дозволити собі часті й відносно великі вкладення в більш ризиковані проекти, пов'язані з інноваціями.

Зазначимо, що спільне фінансування проектів у кластері має більш частий характер, ніж серед окремих підприємств, тому самі взаємини між підприємцями носять особливий характер. Кластерне співробітництво характеризує наявність соціального капіталу – або «неформальних норм, які роблять кооперацію між двома або більшою кількістю індивідів можливою» [5]. Соціальний капітал стимулює постійне формальне і неформальне спілкування та обмін інформацією, що сприяють виробленню нових ідей та постійному взаємному навчанню учасників.

Соціальний капітал з'являється також внаслідок замкнутості підприємств кластера всередині однієї території і перетворює ділові відносини між співробітниками підприємств у відносини замкнутої спільноти. Постійне спілкування і необхідність вести чесну гру значно скорочують вірогідність опортуністичної поведінки, властивої бізнесу.

Такий ефект кластеризації є важливою конкурентною перевагою структури, набирає дедалі більшу цінність в умовах економіки знань.

Підтримуючі галузі. Ще однією перевагою кластеру є географічна – а іноді і

структурна – спряженість з мережею споріднених і підтримуючих галузей.

Загальна приналежність до кластерної структури розширює можливості співпраці з підтримуючими і родинними галузями через, наприклад, синхронізацію виробництва основного продукту і супутніх йому; організацію спільного просування товарів і послуг через системну купівлю та використання і пр. – ситуація схожа на оптимізацію взаємодії з постачальниками, описану вище.

Перевагою більш високого порядку є *наявність якісно інших передумов до інновацій* як результат кластеризації, тобто розробка інновацій, що виходять з цілей і завдань не тільки конкретного виробництва Х, а й інших підприємств, що виробляють доповнюючу його продукцію. Це дає можливість поглянути на перспективу розвитку бізнесу з більш глобальної точки зору, що враховує інтереси кількох галузей і підвищує конкурентоспроможність основного виробництва. Як приклад наведемо фінський технокластер, що спеціалізується на виробництві бездротових технологій. У той час як основною спеціалізацією концерну Nokia – ядра кластера – є розробка та виробництво мобільних телефонів і програмного забезпечення, в кластері працюють близько 3 тис. підприємств, що виробляють супутні послуги – починаючи від додаткового обладнання і закінчуючи банківськими послугами та рекламою.

Попит. Кластер більш ефективно задовольняє споживчий попит: по-перше, завдяки великим можливостям по дослідженню попиту в порівнянні з фірмою-одинаком. Підприємства кластера мають більший *запас знань про потреби замовника*, і їм легше вловити останні тенденції ринку через механізми обміну знанням всередині кластера. Б. Вікстед [7] називає кластер «інноваційною системою», маючи на увазі ефективність потоків інформації всередині кластера – за рахунок спільних досліджень ринку та обміну ідеями як з замовниками, так і з конкурентами і постачальниками – укупі з прагненням фірм до створення нових товарів або послуг, стимульований внутрішньою конкуренцією.

Іншою важливою перевагою кластера з позиції попиту є *механізм зниження ризиків покупки*, що діє в умовах асиметрії інформації та обмеженості ресурсів. Висока концентрація виробників певного товару або послуги в одному місці знижує витрати покупця на пошук агента, а кластерна жорстка конкуренція є своєрідною гарантією кращої ціни.

Висновок. Таким чином, виходить, що купівля товарів і послуг через кластер є максимально зручною і вигідною для покупця, що наочно підтверджується не однією історією кластерного успіху. Отже, кластер є успішним ринковим механізмом. Вище ми розглянули чотири основних фактори конкурентоспроможності та показали, як кластер виграє у окремої фірми по кожному з них. Перспективи подальших досліджень автори бачать у розробці обґрунтованих заходів по формуванню інноваційного кластеру на основі політехнічного університету м. Одеса у межах НДР «Розробка політики науково-технологічного розвитку Одеської області» (№ ДР 0108U006739).

Список літератури

1. Войнаренко М.П. Система законодавчого забезпечення реалізації кластерної політики в Україні /М.П. Войнаренко, Л.А. Рибчинська // Вісник Хмельницького національного університету, 2010. – № 6. –Т.1. –С.7. – 12.
2. Захарченко В.И., Осипов В.Н. Кластерная форма территориально-производственной организации : [монография в 2-х томах] /В.И. Захарченко, В.Н. Осипов. – Одесса: Фаворит, 2010.
3. Портер М. Конкуренция /М. Портер. – Издательский дом «Вильямс». – М.,СПб. Киев, 2006. –С. 256.
4. Diamond model, M. Porter. http://www.valuebasedmanagement.net/methods_porter_diamond_model.html. 26.02.2008.

5. Fukuyama F. Social Capital and Civil Society. The Institute of Public Policy. George Mason University. October 1, 1999.
6. Porter M. Competitive advantage of nations. 2000. P. 21.
7. B.Wixted. Cluster complexes: A Framework for Understanding the Internationalisation of Innovation Systems. Simon Fraser University – Centre for Policy Research on Science and Technology. October 2006. Online at <http://mpra.ub.uni-muenchen.de/846>. MPRA Paper No. 846. November 16, 2006. P.9.

V. Zakharchenko, A. Bondarenko

Odessa national university named after I. I. Mechnikov
Study of the efficiency of the production cluster

The purpose of this article is to review the main factors of competitiveness and justify the benefits of the cluster for each company.

The author proves that clusters as a new form of organization of production in the global economy is concentrated by geography group of related companies that are competitors, but are working together.

In order to disclose the nature of microeconomic efficiency of the cluster in the article used a diamond competitiveness M. Porter, describing the supply as a set of key factors - these include skilled labor, infrastructure, capital and non-key - raw materials and unskilled labor. The author examined the specificity of the interaction of each of the elements of the cluster.

In this connection the author considers it appropriate to consider the four fundamental forces of the market to justify the effectiveness of the cluster compared to individual firms. This effect of clustering is an important competitive advantage and gaining more and more valuable in a knowledge economy.

The results allowed to conclude that the purchase of goods and services through the cluster is the most convenient and profitable for the buyer, which is clearly evidenced by the history of cluster success. Thus, a cluster is a successful market mechanism.

cluster, competitiveness, enterprise, demand, supply, advantages

Одержано 15.04.13

УДК 658.012.32

Л.В. Ширяєва, проф., д-р екон. наук

Одеський національний морський університет

Н.В. Захарченко, канд. екон. наук

Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

Управління знаннями як інструмент розвитку персоналу

У статті представлений підхід управління знаннями в межах підприємства. Розглянута проблема підвищення професіоналізму в управлінні підприємством. Визначені структурні елементи та основні риси навчальної організації. Обґрунтовані основні перешкоди, які стоять перед перетворенням даної організації в самонавчальну. Вивчений ряд питань, присвячених ідеям самонавчальної організації, яка охоплює відповідне відношення до знань як цінному ресурсу.

знання, самонавчальна організація, інновація, структурні елементи, саморозвиток

Л.В. Ширяева

Одесский национальный морской университет

Н.В. Захарченко

Одесский национальный университет имени И.И. Мечникова

Управление знаниями как инструмента развития персонала

© Л.В. Ширяєва, Н.В. Захарченко, 2013