

УДК 352.07:911.3

КЛАСТЕРНО-МЕРЕЖЕВИЙ ПІДХІД ДО СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНО ОРІЄНТОВАНИХ ПІДПРИЄМСТВ В МІСТІ ХАРКОВІ

Дунаєв І.В., к.держ.упр.

Харківського регіонального інституту НАДУ при Президентіві України

Мілаш Л.М., к.е.н.

Харківського торговельно-економічного інституту КНТЕУ

Описані загальні сутнісні характеристики застосування кластерно-мережевого підходу. Через розкриття концепції конкурентного співробітництва у статті узагальнені можливості застосування кластерно-мережевого підходу до організації стимулювання розвитку інноваційно-орієнтованих підприємств в місті Харкові. Робиться висновок, що впровадження цього підходу має значну актуальність для розбудови в Харкові міської інноваційної інфраструктури і взаємоузгодження стратегічних інтересів ключових суб'єктів міської економіки в рамках пріоритетів розвитку міста і ключових проектів.

Ключові слова: кластерно-мережевий підхід, Харків, малі підприємства, інноваційний бізнес, міська інноваційна система

The essential characteristics of cluster-and-networking approach are described in the article. Using unveiling the competitiveness cooperation conception, the authors summarized possibilities to be applied to stimulate the innovation-oriented enterprises' development in Kharkov city. It is concluded that the implementation of this approach has considerable relevance for Kharkiv innovation infrastructure development and for mutual adjustment of key actors' interests within development priorities and key city projects.

Keywords: cluster-and-networking approach, Kharkov, small businesses, business innovation, urban innovation system

Актуальність проблеми. Для цілеспрямованих структурних змін в економіці міста Харкова, розширення частки малого та середнього бізнесу, особливо його інноваційних і сервісних секторів, необхідне об'єднання зусиль і ресурсів місцевої влади, бізнесу, дослідницьких інститутів та університетів. Ідеологія такого об'єднання заснована на успішних міжнародних прикладах і об'єктивних місцевих особливостях.

У Харкові досі не реалізований ефект концентрації потужної

промисловості, науки і вузів, що блокується слабкою системною сумісністю зі світовими економічними процесами і включеністю міста в них. Сьогодні окремі університети, наукові центри, підприємства середнього та великого бізнесу самостійно встановлюють міжнародні контакти, успішно закріплюючись в престижних дослідницьких програмах і середньострокових бізнес-проектах. Однак ця фрагментарна міжнародна інтеграція слабо відбивається на успішному позиціонуванні Харкова за кордоном і мало сприяє його розвитку. Тому необхідні, по-перше, консолідація ресурсів із застосуванням новітніх методологічних підходів та, по-друге, створення нових механізмів для побудови в місті динамічної економіки, заснованої на знаннях і включеної в європейський економічний простір.

Аналіз останніх наукових досліджень. Безпрецедентний ріст кооперації в сучасному світі, інституціоналізація широкого спектру міжфірмових мереж як нової організаційно-управлінської форми спільного функціонування компаній на ринку привертають пильну увагу зарубіжних (С. Авдашевої [1], Г. Азоева [2], М. ван Дійка [18], О. Зеленської [7], Н. Зубаревич, С. Касимова, С. Куца [11], А. Олейника [12], М. Портера [16], О. Трейвіша, Х. Хоанга [15] та ін.) і вітчизняних (В. Гусєва [4], О. Кірюхіна і О. Лукашова [10], П. Бубенка та ін.) дослідників, що прагнуть побачити в цьому нову логіку переходу від конкуренції до «спів-конкуренції» як до «діалектичної взаємодії суперництва і співпраці» [2]. Однак питання оптимізації структури елементів місцевих інноваційних систем на підставі зрозумілої і стійкої економічної мотивації цих учасників зараз і, вважаємо, у найближчі 5-10 років будуть залишатися актуальними для України.

У контексті нашого дослідження дане питання проявляється двояко: 1) по-перше, інноваційні підприємства, які об'єднуються організаційно для вирішення інвестиційних, впроваджувальних завдань і завдань розвитку, є конкурентами, оскільки працюють на одному ринку інновацій і претендують на отримання обмежених ресурсів з обмежених джерел; 2) по-друге, підприємства-користувачі, які беруть участь у консолідаційних угрупованнях інноваційної спрямованості, можуть конкурувати між собою на інших ринках, крім того, можлива конкуренція між ними за найвигідніші умови використання тих чи інших досліджень і розробок.

Метою роботи є обґрунтування доречності застосування кластерно-мережевого підходу до формування до стимулювання розвитку інноваційно орієнтованих підприємств в місті Харкові.

Викладення основного матеріалу дослідження. У Харкові сконцентровано близько 80% всіх малих і середніх підприємств області, і цей показник має стійкість у галузевому і кількісному вимірі впродовж останніх 5-7 років. Статистичний облік інноваційних компаній на сьогодні в Україні не ведеться. Нинішня інфраструктура підтримки малого підприємництва Харкова і області орієнтована, в чому, на інформаційні послуги і нескладний консалтинг в сферах оподаткування та бізнес-планування, а також мікрокредитування.

Європейський досвід побудови успішних регіональних і міських інноваційних інфраструктур [17] вказує, що у довгостроковій перспективі мережевий принцип організації забезпечує інноваційним системам найбільшу стійкість і гнучкість, а компаніям, що входять до неї, – більшу конкурентоспроможність на міжнародних ринках – завдяки безлічі сильних і слабких зв'язків між різними об'єктами бізнесу – підприємствами та індивідуалами. Цим завданням достатнім чином, на нашу думку, відповідає кластерно-мережевий підхід до формування ділових, виробничих стосунків між економічними суб'єктами. Які його ключові ознаки та основна економічна сутність?

В основі кластерно-мережевого підходу (*далі – КМП*) лежить концепція «колективної ефективності» [3, С. 71]. Це означає спрямованість на подолання ізольованості малого та середнього підприємництва через:

а) і вертикальну, і міжсекторальну взаємодію і кооперацію (напр., у вигляді кластера за європейською чи японською практикою). Це має перервати українську традицію або практику у вигляді горизонтально-вертикального і переважно внутрісекторального підходу. Перспективи появи харківських кластерів є за напрямками «турбота про людину і здоров'язбереження», «ділові послуги для малого та середнього бізнесу», «логістика», «розробка ІТ-продуктів» і за деякими іншими;

б) гнучку спеціалізацію в ринковому сегменті.

КМП дає можливість малим підприємствам (насамперед, інноваційного та сервісного характеру) реалізувати свій потенціал через об'єднання своїх зусиль, подолання ізольованості і розвиток міжфірмової кооперації.

Наслідком цього є більш полегшений вихід їх на експортні ринки. Тому саме КМП зараз може стати принциповим елементом державної регіональної політики та започаткувати «ланцюгову реакцію» шляхом формування єдиної мережі суб'єктів МСП із інфраструктурних інститутів підтримки підприємництва у вигляді взаємопов'язаних мереж наукових і технологічних парків, логістичних комплексів, ряду спеціалізованих сервісних інститутів.

Економічна консолідація на основі КМП, що сприяє зростанню конкурентоспроможності, являє собою той випадок, коли, на думку О. Зеленської, «різні економічні агенти дотримуються одних і тих же шаблонів поведінки (інститутів), при цьому допомагаючи один одному. У тих випадках, коли прихильність одним і тим же інститутам породжує взаємні зовнішні вигоди, то вони можуть утворювати мережу» [7, С. 18].

Відомо таке визначення мережі, як «сукупність приватних агентів, що створюють взаємні позитивні зовнішні ефекти завдяки прихильності одним і тим же інститутам (рутин, алгоритмам поведінки) або технологіями» [7, С. 18]. Ці взаємні позитивні зовнішні ефекти, створювані один для одного учасниками однієї і тієї ж мережі, називаються мережевими ефектами. Тобто, значення функції корисності бізнесу істотно залежить не тільки від власного вибору агента, але і від вибору інших агентів, причому ця залежність має місце при зверненні та поширенні будь-яких інформаційних благ.

Завдяки тому, що інформаційні блага легко поширюються і тиражуються (витрати копіювання інформації незрівнянно менше витрат на її первісне створення), то можна стверджувати, що чим ширше поширене благо, тим нижча собівартість кожного його примірника, і разом з тим вища його цінність для користувачів. Інформаційна парадигма конкурентоспроможності в економічній науці, таким чином, повинна виходити з припущення, що людина живе в рясній всесвіту, в якій все, що потрібно, вистачить усім, а основна проблема полягає лише в тому, щоб зуміти витягти це з навколишнього світу і правильно використовувати.

Вищенаведені міркування дозволяють стверджувати, що для інформаційного суспільства та «нової» економіки, наприклад, на рівні мегаполісу Харків, наявність мережесних ефектів є природною, і це становить невід'ємну частину інституційного устрою відповідних мезо- або

макросистем. «Інформація, долаючи обмеженість всіх інших ресурсів, заміщаючи їх, тим самим здатна пом'якшити протиріччя, що впливають з факту їх обмеженості. Однак вона не в силах скасувати обмежений характер фундаментальних ресурсів, використовуваних у господарській діяльності, - простору і часу» [7, С. 19]. Тому мережеві ефекти, при всій їх значущості, нездатні остаточно зняти протиріччя, що впливають з факту об'єднання агентів в мережу, але є найкращим із можливих способів консолідації економічних агентів в сучасних умовах.

В середині 20-го ст., коли поняття «кластер» ще не було поширене, неоднорідність економічного простору осмислювалося через концепцію територіально-виробничих комплексів (*далі – ТВК*). Вважалося, що виробничі підприємства та невиробничі установи, розташовані компактно на території одного регіону, утворюють ТВК, якщо їх наявність породжувала один для одного взаємні позитивні зовнішні ефекти, що виникають, зокрема, завдяки взаємній спрямованості локальних ринків, орієнтованих на задоволення потреб один одного. Реальності сучасного виробництва змусили переглянути як теорію, так і практику розвитку консолідаційних угруповань. Інформаційні технології розвиваються в рамках зовсім інших пріоритетів, для яких ані територіальна близькість, ані взаємна орієнтація локальних ринків вже не є обов'язковими ознаками, а скоріше навпаки. Прикладом тому є сучасний величезний світовий ринок аутсорсинга і ІТ-сервісів ємністю біля 320 млрд дол. [5, С. 230-231].

Важливим є те, що процеси інформатизації, про які йдеться, стосуються не галузевої, а технологічної основи виробничих процесів. Галузева структура економіки визначається предметом праці, на який спрямований людську працю, а технологічна структура визначається засобом праці, за допомогою якого ця праця здійснюється. Таким чином, змішування галузевої і технологічної структури виробництва є серйозною помилкою.

Отже, якщо виходити з того, що в умовах «нової» (інформаційної, постіндустріальної) економіки основна частина людської праці спрямована на створення, обробку, зберігання та передачу знань та інформації, то у зв'язку з цим необхідно радикально переглянути причини виникнення зовнішніх вигод для сусідніх підприємств. Перш за все, зауважимо, що:

1) територіальна близькість в умовах інформаційного виробництва вже не має вирішального значення;

2) належність до певної галузі також стає не настільки важливою, оскільки інформаційне виробництво усуває колишні форми поділу праці, що пов'язані з ригідними промисловими технологіями і зо не дозволяють гнучко перелаштувати виробничі процеси. Цю можливість в повній мірі надають ІТ.

Тим самим, з поняття ТВК зникають як «територіальний», так і «виробничий» ознаки. Тому на місце концепції ТВК в сучасній регіональній економіці приходять «кластери» - групи агентів, котрі об'єднані (хоча б на якийсь час) спільним завданням (або тривалим проектом) і створюють взаємні позитивні зовнішні ефекти. Ці зовнішні ефекти, що впливають з факту рідкості спільно використовуваних ресурсів, тим значніше, чим сильніше представлено в кластері індустріальне виробництво, і тим менше, чим сильніше розвинене інформаційне виробництво. Але навіть в рамках інформаційного виробництва негативні ефекти в якомусь обсязі все одно виникають внаслідок непереборної рідкості фундаментальних ресурсів (часу і простору), що спільно використовуються цими учасниками кластеру.

Стратегії приватних агентів в будь-якому випадку трансформуються, відчуваючи помітний вплив економічного кластера [12]. Дослідження цих трансформацій, в тому числі в умовах реальностей інформаційного виробництва, становить одну з серйозних завдань сучасного стратегічного менеджменту та інноваційного менеджменту.

Вирішення цієї проблеми представляється нам у реалізації концепції конкурентного співробітництва. Феномен конкурентного співробітництва, який є в останні роки з важливою частиною ринкової поведінки значного числа компаній, змінює традиційні уявлення про сутність конкурентної боротьби як антагоністичному суперництві за кращі умови на ринку.

По мірі переходу до економіки знань ера конкуренції закінчується, поступаючись місцем

а) або «кооперенції» (або «спів-конкуренції»), згідно з якою стратегія компаній повинна ґрунтуватися не на змагальності за клієнта, а на конкурентному співробітництві, що забезпечує збільшення цінності їх діяльності для споживача [7, С. 19; 12];

б) або виходу за традиційні малоприбуткові ринки продуктів, насичених конкурентами, і створенню попиту на нових, часто високоприбут-

кових ринках (т. зв. «стратегія блакитного океану» [9]).

Спів-конкуренція, що являє собою відношення типу «виграв - виграв», на відміну від конкуренції, заснованої на взаємодії типу «один виграв – інший програв», нагадує відносини симбіозу, в які вступають організми в живій природі для спільного протистояння впливу зовнішнього середовища.

У ряді робіт сучасних економістів спів-конкуренція розуміється як «...об'єднання ресурсів або програм двох або більше незалежних організацій, що дозволяє поліпшити маркетинговий потенціал кожної. Об'єднуються ресурси можуть включати складські приміщення, зусилля з продажу товару, дослідження, розвиток ринків, виробництво, технічний персонал і / або фінанси» [8, С. 105]. У цілому, такий підхід не викликає заперечень. Однак, і ми погоджуємося з О. Зеленською [7], у цьому випадку спів-конкуренція зводиться до створення загальної інфраструктури, в т.ч. – з аутсорсингових і сервісних виробничих систем. Тому втрачається головний аспект сучасної спів-конкуренції – об'єднання і взаємообмін інформаційними ресурсами.

В еволюційному сенсі симбіоз є більш передовою формою взаємовідносин, і перехід від конфронтації до співпраці несе вигоду обом сторонам, як в природі, так і бізнесі. Вперше симбіотичні взаємодії між компаніями були розглянуті Л. Адлером у 1960-х рр., який запропонував концепцію «симбіотичного маркетингу» [14]. Основним теоретичним досягненням Л. Адлера був доказ того, що різні компанії можуть використовувати симбіотичний маркетинг через поділ своїх ресурсів. Це розширило традиційну модель, згідно з якою компанії здійснюють свою маркетингову діяльність самостійно. Таким чином, дослідження, виконані на концептуальній платформі парадигми нової постіндустріальної економіки, дозволили розглядати більш багатий спектр можливої поведінки компаній з урахуванням фактора стратегічних взаємодій. Під стратегічним взаємодією розумілося специфічну поведінку фірми з урахуванням того, як її дії відіб'ються на очікувані дії конкурентів. Цей підхід, на нашу думку, є досить перспективним і при вирішенні завдань організації досліджень і розробок і модернізації виробничих систем на базі, зокрема, харківських підприємств.

Враховуючи амбітну мету розвитку Харкова – увійти до Топ-100

міст світу до 2030 р. [13], вважаємо, що для міста Харкова мережевий спосіб організації міської інноваційної системи стане відповіддю міста на потребу включення у світове комунікаційне поле і рівноправної участі в ньому. Він достатнім чином відповідає українській і слобожанській традиції общинності, волелюбному і підприємницькому менталітету, а при якісному насиченні міської інноваційної системи елементами здатний дати суттєвий кумулятивний ефект для мешканців та бізнесу міста. Це означає, що Харкову необхідно вийти на таку якість і швидкість обміну знаннями із зовнішніми партнерами, які б в умовах зростаючої економічної відкритості України, розширення інтеграційних процесів і тиску глобалізації дозволили б зберігати затребуваність харківської продукції на міжнародних ринках.

У разі застосування описаного КМП малий і середній бізнес (*дали – МСБ*) відчує на собі найбільш значимий ефект від змін завдяки створенню в ньому нових робочих місць і значного зростання трудових доходів, можливостей і ринкових свобод. У свою ж чергу, саме МСБ забезпечує стратегічну успішність всієї можливої модернізації економіки Харкова, оскільки він є головною середовищем зосередження менеджерів і фахівців, а-приори забезпечує найбільше охоплення запитів з різних ринків в нових продуктах і сервісах. Також МСБ виступає одним із замовників нових розробок і найважливішою ланкою в комерціалізації інновацій (удосконалення, просування та торгівля ними).

Висновки. Обґрунтовано, що за допомоги кластерно-мережевого підходу створювана в місті Харкові міська інноваційна інфраструктура набуває більш значного потенціалу із виконання важливих функцій щодо відпрацювання моделі взаємодії учасників на майбутнє і створення конкурентоспроможних «точок зростання», ув'язаних з міськими пріоритетами розвитку та ключовими проектами. Це формує реальну основу просування підприємств Харкова в світовому економічному просторі.

Перспективи подальших наукових розробок у цій сфері пов'язуються з розробкою методології управління конкурентоспроможністю промислових кластерів на базі КМП і обґрунтуванням конкретних механізмів упровадження модернізаційних змін і системи взаємовигідних мотивацій для іноземних ділових партнерів харківських інноваторів і підприємців.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Авдашева С. Промышленная и конкурентная политика: проблемы взаимодействия и уроки для России / С. Авдашева, А. Шаститко // Вопросы экономики. – 2003. – № 9. – С. 18-33.
2. Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. – М. : Центр экономики и маркетинга, 1996. – 248 с. – С. 5.
3. Гайнуллина Г. А. Развитие инфраструктуры поддержки малого предпринимательства в рамках кластерно-сетевых подходов / Г. А. Гайнуллина // Инновационное образование и экономика. – 2009. – №4 (15). – С. 70-75.
4. Гусев В. А. Инновационный потенциал Харькова и возможности его использования / В. А. Гусев [Электронный ресурс]. – Х. : ХРЦИР ГАУИР, 2010. – Режим доступа: www.unesc.org/fileadmin/DAM/cec/ppt_presentations/2010/eed/gusev.pdf
5. Дунаев І. В. Місто Харків як суб'єкт конкурентної боротьби в умовах постіндустріальної економіки / І. В. Дунаєв // Вісник Житомирського держ. техн. ун-ту. – 2012. – №3 (61). – С. 228-232. – Серія «Економічні науки».
6. Дунаєв І.В. Міська інноваційна система: формування інфраструктури трансферу технологій харківських підприємств // Управління інноваційною діяльністю в умовах глобалізації [Моногр.] / за заг. ред. М.А. Латиніна. – Х. : Магістр, 2012. – 312 с. – С. 275-292.
7. Зеленская О.А. Формулирование новой парадигмы конкурентоспособности: кластерно-сетевой подход / О.А. Зеленская // Terra Economicus. – 2011. – Т. 9. – № 1-2. – С. 17-20.
8. Капустина Л. М. Ко-брендинг в системе маркетинговых альянсов компаний / Л. М. Капустина, Н. В. Хмелькова. – Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2010. – 209 с.
9. Ким У. Стратегия голубого океана / У. Ч. Ким, Р. Моборн [перевод. И. Ющенко]. – М. : Гиппо, 2010. – 272 с.
10. Колосов В. Приоритеты стратегии развития Харькова на период до 2030 года / В. А. Колосов, А. М. Кирюхин, А. А. Лукашов // Часопис соціально-економічної географії : Міжрег. зб. наук. праць. – Х. : ХНУ ім. В. Каразіна, 2011. – № 11 (2). – С. 122-125. / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Chseg/2011_11/Kolosov,Kiryuhin,Lukashov.pdf
11. Куш С.П. Методология управления межфирменными взаимоотношениями на промышленных рынках / С.П. Куш : Автореф. дисс. ... докт. экон. наук : 08.00.05. – СПб, 2007. – 46 с.
12. Олейник А. Модель сетевого капитализма / А. Олейник // Вопросы экономики. – 2003. – № 8. – С. 132-149.

13. Техническое задание на выполнение работы «Разработка Стратегии развития города Харькова до 2030 года» : Проект [Электронный ресурс] / Харьковский городской совет. – Х., 2011. - Режим доступа: www.city.kharkov.ua/documents/43389.doc
14. Adler L. Symbiotic marketing / L. Adler // Harvard Business Review. - 1966. – Vol. 45. – № 2. – С. 59-71.
15. Hoang H. Network-based research in entrepreneurship: a critical review / H. Hoang and B. Antoncic // Journal of Business Venturing. – 2003. – №18. – С. 165-187.
16. Porter M. Clusters and the New Economics of Competition / M. Porter. – Harvard : Harvard Business School Press. – 1998. – November-December. – С. 77-90.
17. Regional Innovation Systems in Small & Medium-Sized Regions : A Critical Review & Assessment [Электронный ресурс] / M. Andersson, Ch. Karlsson. – CESIS, 2004. – 25 с. – Режим доступа : <http://papers.cesis.se/CESISWP10.pdf>
18. Van Dijk M. Enterprise clusters in developing countries: mechanisms of transition and stagnation / M. P. Van Dijk, A. Sverrisson // Entrepreneurship and Regional Development. – 2003. – №15 (3). – С. 183-206.