

# ЭКОНОМИКА

УДК 338

## КЛАСТЕРНАЯ ТЕОРИЯ В УСЛОВИЯХ УСИЛИВАЮЩЕЙСЯ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

М. Н. Лисин  
Группа компаний «Научстройпром», г. Пенза, Россия

### CLUSTER THEORY IN THE CONDITIONS OF THE INCREASING GLOBALIZATION

M. N. Lisin  
Company Group «Nauchstroyprom», Penza, Russia

**Summary.** Is considered an active interaction of small, medium and large enterprises, grouped around the leading large firms. Definition is given to the cluster, reveals its effectiveness. The author justifies the dynamic development of the most successful economic systems, using the cluster approach.

**Key words:** cluster; the cluster system; the competitiveness of the global market; economic growth; the interaction of small; medium and large enterprises; the domestic market; globalization; efficiency.

В условиях глобализации для экономики любой страны важным условием является ее внутренняя организация, способность быстро и эффективно реагировать на изменения внутренней и внешней конъюнктуры отдельных регионов, страны в целом, мировых рынков, возможность осуществлять быструю адаптацию за счет средств инновационной политики.

Во многих динамично развивающихся странах, где взвешенная государственная политика поддержки предпринимательства направлена на достижение социально-экономического роста, постепенно усиливается активное взаимодействие малых, средних и крупных предприятий. Причем в различных странах с рыночной экономикой обнаружилась общая закономерность, проявившаяся в наиболее успешном развитии сообществ малых и средних предприятий, сгруппировавшихся, вокруг лидирующих крупных фирм на основе производственно-технологических, научно-технических и коммерческих связей в пределах географически ограниченных территорий.

Этот феномен впервые был подробно изучен известным ученым М. Портером при исследовании условий развития и деятельности 100 наиболее конкурентоспособных группировок крупных, средних и множества малых предприятий, расположенных в различных странах мира.

Следуя теории Майкла Портера конкурентоспособность страны в глобальном мире следует рассматривать не как конкурентоспособность отдельных ее фирм, а исходя из наличия и уровня кластеров, причем принципиальное значение имеет способность этих кластеров эффективно использовать внутренние ресурсы.

Согласно исследованиям Портера, наиболее конкурентоспособные транснациональные компании обычно не разбросаны бессистемно по разным странам, а имеют тенденцию концентрироваться в одной стране, а порой даже в одном регионе страны. Это объясняется тем, что одна или несколько фирм, достигая конкурентоспособности на мировом рынке, распространяют свое положительное влияние на ближайшее окружение: поставщиков, потребителей и конкурентов. А успехи окружения, в свою очередь, оказывают влияние на дальнейший рост конкурентоспособности данной компании. Для всей экономики кластеры играют роль точек роста

внутреннего рынка. Вслед за первым зачастую образуются новые кластеры, и международная конкурентоспособность страны в целом увеличивается. Один из главных тезисов кластерной теории заключается в том, что перспективные конкурентные преимущества создаются не извне, а на внутренних рынках.

Центром кластера чаще всего бывают одна или несколько независимых мощных компаний, между которыми сохраняются конкурентные отношения, что существенно отличает кластер от картеля или финансово-промышленной группы. Кластер предоставляет исключительно благоприятные условия для развития специализированных производств, в т. ч. вспомогательного, обслуживающего и поддерживающего характера. Лидирующие на мировом рынке крупные компании и фирмы нуждаются в большом количестве приспособленного к их технологиям смежных производств, оборудования, материалов и т. п., что создает емкий рынок для небольших фирм, в том числе с инновационной направленностью, которые в будущем и становятся генераторами конкурентных преимуществ. Кластер дает работу множеству небольших фирм-поставщиков комплектующих, соединяя в себе лучшие предприятия, обладающие международной конкурентоспособностью. В основе процесса образования кластера лежит обмен информацией о потребностях в технике, технологиях и услугах между производителями, поставщиками, покупателями и родственными отраслями. Взаимный обмен информацией ставит в выгодные условия все фирмы кластера в их общей конкурентной борьбе с соперниками, но не снимает их заинтересованности в своем собственном положении на рынке.

Эффективность кластера проявляется в экономическом росте, в сохранении рабочих мест, расширении налоговой базы, в увеличении экспорта и привлечении иностранных инвестиций. Поэтому власти разных уровней зачастую становятся инициаторами создания и поддержания кластеров предприятий, поскольку они стимулируют социально-экономическое развитие мест расположения, прилежащих территорий и целых регионов.

Кластерный подход самым принципиальным образом меняет содержание государственной промышленной политики. В этом случае усилия правительства направлены не на поддержку отдельных предприятий и отраслей, а на развитие взаимоотношений: между поставщиками и потребителями, между конечными потребителями и производителями, между самими производителями и правительственными институтами и т. д.

В ряде стран, в последние десятилетия, реализованы эффективные «кластерные стратегии», которые строятся на центрах деловой активности, уже доказавших свою силу и конкурентоспособность 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 кластеров, но и само становится участником сетей. В наиболее явной форме осуществляют подобную стратегию такие страны, как Бельгия, Великобритания, Германия, Дания, Италия, Канада, Нидерланды, Финляндия, Франция и др. Например, в Германии и Великобритании действуют программы создания биотехнологических кластеров на базе регионального размещения фирм. В Норвегии правительство стимулирует создание кластеров, укрепляя сотрудничество между фирмами, специализирующимися в сфере морских промыслов. В Финляндии развит лесопромышленный кластер, куда входит производство древесины и древесных продуктов, бумаги, мебели, полиграфического и связанного с ним оборудования. Тесное взаимодействие фирм данного кластера в распространении знаний обеспечивает им конкурентные преимущества перед основными торговыми соперниками. Несмотря на различность подходов, большинство стран Европы выработало для себя ту или иную кластерную стратегию.

Кластерный подход в России, на региональном уровне, предоставляет большие возможности как для повышения конкурентоспособности местного бизнеса, так и для повышения эффективности экономической политики регионов.

Изучение основных концепций конкуренции и мирового опыта хозяйствования позволяет сделать вывод о том, что созданная Майклом Портером и другими учеными теория кластерных механизмов лежит в основе развития наиболее успешных экономических систем. Ныне кластерные системы объединяют наиболее эффективные и взаимосвязанные виды экономической деятельности, группируя успешно конкурирующие фирмы, которые образуют лидирующую составляющую всей хозяйственной системы государства и обеспечивают конкурентные позиции на отраслевом, национальном и мировом рынках.

**УДК 334**

## **МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ РАЗЛИЧИЯ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ**

**А. В. Крутских**

**Национальный исследовательский университет –  
Высшая школа экономики, г. Москва, Россия**

**INTERCULTURAL DIFFERENCES IN CONDITIONS OF GLOBALIZATION OF ECONOMY**

**A. V. Krutskikh**

**National Research University – the Higher school of economics,  
Moscow, Russia**

**Summary.** The article gives a review of the basic issues related to cross-cultural communication. The author focuses on the origin of cross-cultural diversity and analyses modern approaches to building cross-cultural competence.

**Key words:** cross-cultural communication; world perception; philosophy; thought; stereotypes.

Информационная революция и глобализация – это концептуальные понятия современного общества, новая реальность, в которой мы живем. Бурное развитие интеграционных процессов, освоение новых рынков за границей своего региона, стратегическое партнерство с иностранными корпорациями определяют стратегию и тактику ведения бизнеса. Практически все крупные корпорации имеют значительную долю иностранного капитала в своей акционерной структуре. Изменяется структура торговых отношений, меняется стиль и модели управления корпорациями, управленческие структуры все реже являются мононациональными. В этих условиях успешность взаимодействия с иностранными партнерами определяется уровнем владения кросс-культурной компетенцией партнерами по бизнесу.

В силу этого такая область знания, как межкультурная коммуникативная компетенция, становится особенно актуальной. Изучение проблем влияния межкультурных различий на бизнес-процессы ведется как российскими, так и зарубежными научными школами. По всему миру открываются тренинговые центры, специализирующиеся на программах по развитию навыков кросс-культурной коммуникации. В настоящее время межкультурные различия это уже не просто тема отдельных исследований, а сложившаяся научная дисциплина. Существуют работы, в которых предпринимается попытка создать типологию бизнес-культур, описать особенности национальных культур ряда стран. И тем не менее таких исследований явно недоста-