

**БЕНЧМАРКЕТИНГ КЛАСТЕРОВ**

Матяс И.Д.

Белорусский национальный технический университет

Опыт развития кластеров показывает, что они становятся реальными драйверами роста и развития индустрий и регионов. В Беларуси – это, к примеру, опыт «Союза медицинских, фармацевтических и научно-образовательных организаций «Медицина и Фармацевтика — инновационные проекты», созданного в 2014 году по инициативе научно-производственной компания NatiVita. Предприятие входит в ТОП-3 компаний на госпитальном рынке Республике Беларусь и является компанией №1 в онкологическом сегменте. [2, с.134]

В условиях турбулентного развития экономики, традиционная кластерная политика перестает быть эффективной. Требуется ее модернизация с учетом условий сложного, изменяющегося мира.

Одним из инструментов, способствующих модернизации кластерной теории, служит бенчмаркетинг – сравнительный анализ лучших практик, в нашем случае, практик территориальных кластеров. Оптимально применять инструмент в начале развития кластерной инициативы – на этапе целеполагания и формирования программ развития кластера. Но при возникновении проблем развития уже сформированного кластера эта практика тоже вполне применима и служит для коррекции стратегии развития.

К основным элементам, требующим сравнения, относят структуру кластера, всех его ключевых игроков (это, как правило, отраслевые предприятия, государственные институты, научно-исследовательские и образовательные организации, финансовые институты, медиа и общественные институты), цепочку создания ценности кластера и модель инновационной деятельности, обеспечивающие процессы кластера.

К пространствам факторов конкурентоспособности, которые подлежат исследованию, относят институциональные условия, существующую и потенциальную конкуренцию (в том числе – протокластеры), факторы спроса, факторы связанности, инновационность и внутреннюю организацию кластера.

Что касается методов исследования, их выбор зависит, прежде всего, от целей анализа и уровня зрелости кластера, ради которого затевается исследование. Низменно одно – «заочное» сравнение не будет релевантным. Кластер, который выбран для сравнения, аналитической

команде следует посетить и познакомиться с практикой его работы и условиями его развития лично.

В качестве критериев сравнения используют стандарты сравнения предприятий определенной отрасли, к примеру, фармацевтической или туристической (в идеале, одной страны или региона, поскольку институциональные и внешние условия развития кластерных инициатив существенно отличаются), лучшие и/или провальные практики существующих кластеров (по отраслевому признаку), результаты исследований со сравнением конкретных кластеров или кластерных инициатив. Следует отметить, что кластерная инициатива – это организованная попытка создания нового кластера, решения проблем уже существующего кластера или повышения его конкуренто-способности.

Владислав Тарасенко, начальник отдела инновационных проектов Минэкономразвития России, разработчик методик реализации кластерных инициатив, предложил авторскую модель описания кластерной инициативы – ESCORT-матрицу:

- E/ Effects – сравнительный анализ ожидаемых эффектов от реализации кластерной инициативы;
- S/Symptoms – сравнительный анализ симптомов, наблюдаемых феноменов кластеров, кластерной инициативы;
- C/Cause – сравнительный анализ причин развития/ деградации кластера;
- O/Out – сравнительный анализ «выходов» – мероприятий программы, действий команды кластерной инициативы;
- R/Resources – сравнительный анализ ресурсов, необходимых для развития кластерной инициативы;
- T/Threat – сравнительный анализ угроз и рисков, вследствие которых планируемые программой кластера действия могут не привести к желаемым эффектам [1, с. 251].

### Литература

1. Тарасенко, В.В. Логика и методология управления: книга для руководителя / В.В. Тарасенко. – М.: Юнити-Дана, 2010 – 369 с.
2. Матяс, И.Д. Практика развития регионов / Развитие социально-экономического потенциала регионов: дифференциация и приоритеты: сборник научных трудов по итогам проведения круглого стола / Под. ред. С.Г. Радько. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2020. – 235 с.