

Подходы в проектировании кластера

Комина Н.В.

Белорусский национальный технический университет

Необходимость проектирования структуры кластера может возникнуть в следующих ситуациях: создание кластера; оптимизация работы кластера; обоснование целесообразности организации кластера; обоснование целесообразности вхождения в состав кластера; поиск более эффективных форм агломерации национальной экономики.

При традиционном подходе проектирование структуры кластера сводится к выбору субъектов кластера на основе территориального и отраслевого критериев. В качестве основных показателей используются показатели развития соответствующего региона или отрасли. Данный подход подразумевает, что в любом промышленно развитом регионе любые близкорасположенные предприятия, принадлежащие одной отрасли, могут образовать успешный кластер. Этот метод проектирования структуры кластера представляется ошибочным, потому что не учитывает объединяющие факторы и особенности внешней и внутренних сред предприятия с точки зрения основных законов агломерации.

В предлагаемом подходе проектирования структуры кластера при выборе наиболее перспективных для агломерации компаний и предприятий, необходимо использовать представление об объединяющих факторах агломерата: фактор лояльности, фактор синергии и рыночный фактор. Согласно этому представлению все предприятия-кандидаты должны соответствовать фактору синергии, как определяющему фактору в кластере. Наличие остальных факторов также желательно, так как они повышают устойчивость кластера.

Современный уровень развития кластеров соответствует второму укладу, которые характеризуются наличием национального барьера. Все субъекты кластера являются резидентами одного государства. Национальные кластеры, в подавляющем числе случаев нацелены на внешние рынки. Поэтому составляющая рыночного объединяющего фактора в образовании такого кластера велика, и является таким же необходимым условием, как и наличие фактора синергии.

То есть в настоящее время для кластерообразующих компаний, выпускающих конечный продукт, обязательно наличие фактора синергии и рыночного фактора. Для компаний – поставщиков услуг, сырья и комплектующих, достаточно наличия фактора синергии, в то время, как как фактор лояльности увеличивает устойчивость кластера, но не является определяющим в его образовании.