

4. Шукюров, Н.С. Современные тенденции и проблемы регулирования инновационной деятельности в Азербайджане / Н.С. Шукюров // Креативная экономика. – 2012. – №6. – С. 20-26

5. Алиева, Ш., Касумова, Е. Инновационное развитие экономики Азербайджанской Республики и управление инновационной деятельностью предприятий / Ш. Алиева, Е. Касумова // Journal of Economy and Business, vol.4, part 1. – С.12-16.

<http://edoc.bseu.by/>

*И.Л. Акулич д.э.н., профессор  
А.С. Сверлов, к.э.н., доцент, доцент кафедры маркетинга  
УО «Белорусский государственный экономический университет»  
Минск (Беларусь)  
Т.И. Иманов, д.э.н., профессор АзГЭУ, Баку (Азербайджан)*

## **ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КАК УСЛОВИЕ СОЗДАНИЯ ЭФФЕКТИВНЫХ ПРОМЫШЛЕННЫХ КЛАСТЕРОВ<sup>1</sup>**

Конкурентные преимущества предприятия – одно из важнейших условий эффективной предпринимательской деятельности предприятий. Особую значимость ему придают факторы условий хозяйствования и развитие международных экономических отношений. По мнению ряда авторов, например, М. Портера эти факторы позволяют сформировать практически аналогичные принципы ведения конкурентной борьбы как на внешнем, так и на внутреннем рынках, что позволяет на рынках лидировать предприятиям, а не странам [1].

Основой развития конкурентной борьбы являются спрос и рыночный динамизм. При этом эти недетерминированные факторы и их влияние должны быть учтены предприятиями при определении показателей эффективности и экономического эффекта, особенно в части роста эффективности использования труда и капитала. В настоящее время жесткость конкурентной борьбы может достигать такого уровня, когда конкуренты осознают необходимость в большей степени совместных действий, чем выполнение каждым из них своей собственной программы стимулирования сбыта и продвижения продукции. В этом подходе есть преимуществ. Среди них взаимовыгодный обмен научно-техническими достижениями и инновациями, что существенно увеличивает потенциал всех сторон сотрудничества. Очевидно, что подобные альянсы должны соответствовать законодательству страны. В этой связи роль органов государственного управления невозможно переоценить, поскольку их деятельность не сводится к выполнению исключительно количественных показателей, отраженных в законах страны, например, в законе о противодействии монополии и развитии конкуренции. Органы государственного управления рассматривают содержание подобных процессов на основе законодательства с качественной содержательной стороны для сохранения конкуренции на рынке и повышения качества товаров, предоставляемых покупателю.

---

<sup>1</sup> Публикуется в связи с выполнением белорусско-азербайджанского проекта по договору между БГЭУ и БРФФИ от 25.01.2018 г. №Г18А3–017 и при финансовой поддержке Фонда Развития Науки при Президенте Азербайджанской Республики- Грант № EIF –BGM-3 –BRFTF-2 + /2017-15/15/5

Рассмотренные подходы позволяют определить конкурентоспособность как многогранную категорию, которую нельзя описать исключительно одной теорией, например, из макроэкономики. Наличие множества природных ресурсов в стране или проводимая соответствующая экономическая политика в части, например, валютного курса и процентных ставок, не гарантируют производство и реализацию качественной продукции, и высокий уровень конкурентоспособности. Для ее определения необходимо учесть множество факторов и динамику на рынках. При этом содержание этого понятия будет дифференцировать в зависимости от рынка.

Важнейшим фактором, способствующим существенному повышению конкурентоспособности продукции и предприятия, является внедрение инноваций. При этом инновационными процессами должен быть охвачен не только так называемый овеществленный труд, но и процесс использования живого труда. Конкурентоспособность продукции (товара) – это характеристика товара, его способность быть более предпочтительным для потребителей по сравнению с товарами-конкурентами. Эта предпочтительность определяется целым рядом параметров (показателей), совокупность которых и характеризует конкурентоспособность [2, с.169].

Конкурентоспособность – понятие, четко привязанное к конкретному рынку и времени продажи, которое можно определить, только сравнивая товары конкурентов между собой. Нет «абсолютной» конкурентоспособности или неконкурентоспособности: оба эти понятия связаны с рынком и временем, а также разнообразными факторами, влияющими на рынок. Число параметров конкурентоспособности зависит от вида и сложности изделия в техническом и эксплуатационном отношении, а также от требуемой точности оценки, цели исследования и других внешних факторов [2, с.169].

В экономической науке предлагается множество подходов по определению конкурентоспособности продукции и предприятия. Однако до настоящего времени не разработана единая методология анализа конкурентоспособности предприятия и продукции с учетом отраслевой принадлежности и условий функционирования на рынке сбыта продукции. Вся совокупность методов анализа сводится к двум группам. Первые используют так называемые параметрические характеристики товаров, вторые – экономические показатели. При проведении анализа конкурентоспособности с использованием методов первой группы, экспертами выделяется перечень технических параметров. Методом сравнения с другими видами продукции и с использованием системы баллов рассчитывается интегральный показатель конкурентоспособности. На наш взгляд, данные методы сильно ограничены в оценке возможностей предприятия. Сравнивать один вид продукции с аналогом целесообразно, если номенклатура изделий, выпускаемая предприятием, небольшая.

Экономические методы второй группы менее трудоемки, но также как и параметрические методы не в полной мере объективны. Тем не менее, с их помощью можно вывести относительную количественную оценку конкурентоспособности. Среди экономических методов выделяется три направления. Первое направление составляют методы, на основе которых проводится диагностика конкурентной среды предприятия. Второе направление представлено методами, на основе которых оценивается конкурентоспособность конкретного предприятия в группе с другими субъектами хозяйствования одной отрасли. Третье направление составляет метод, с помощью которого оценивается конкурентоспособность продукции предприятия.

Подобная ситуация предполагает необходимость проводить предприятием самостоятельную оценку конкурентоспособности с учетом его специфики. Это не означает полный отказ от использования существующих методов. Представляется рациональ-

ным использование как разработанных, так и собственных методов с учетом условий хозяйствования [3]. Эффективное сочетание составных частей и элементов отдельных методов позволяет получить обоснованную оценку и сделать корректный выбор относительно объекта воздействия процесса повышения конкурентоспособности, т.е. влиять на факторы условий внешней среды или на живой труд, стимулируя производительность. Последнее для предприятий имеет первостепенное значение, т.к. может управляться самими предприятиями непосредственно на местах. Очевидно, что будет наблюдаться дифференциация в уровне влияния и оценке эффекта, которая основана, прежде всего, на отраслевой признаке. В ряде случаев это связано с теми преимуществами, которыми обладает само государство на международном рынке. Поскольку ресурсы страны всегда ограничены, то и преимущества будут наблюдаться в отдельных секторах экономики. В настоящее время одной только теории об относительных и абсолютных преимуществах не достаточно для того, чтобы определить подобные секторы. Анализ в разрезе отраслевого признака также дает ограниченные результаты: на его основе можно определить, например, степень неравномерности конкурентоспособных отраслей в экономике. Кроме того, уровень конкурентоспособности отдельных отраслей или подотраслей в ряде случаев определяется содержанием и качеством вертикальных и горизонтальных связей между группой отраслей или даже подотраслей. При подобном подходе в процесс оценки конкурентоспособности целесообразно ввести понятие «кластер».

Кластер представляет собой группу предприятий различных отраслей, объединенную не только хозяйственными связями, но и географическим признаком. По определению М. Портера «кластеры – это сконцентрированные по географическому признаку группы взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиков, услуг, фирм в соответствующих отраслях, а также связанных с их деятельностью организаций» [4]. Свойство кластера таково, что позволяет качественно и селективно усилить взаимное влияние всех его участников. Поэтому, по нашему мнению, вопросы повышения конкурентоспособности, а также поддержания конкурентных преимуществ предприятий, разработку основных направлений промышленной политики и структуры промышленного комплекса следует рассматривать с учетом процессов образования кластеров.

В тоже время в современных условиях ведения предпринимательской деятельности содержание методологии теории конкуренции не позволяет полностью без некоторой «адаптации» применить ее в теории о кластерах. В частности, М. Портер пишет кластерах как о группе географически соседствующих компаний [4]. Подобный подход затрудняет выработку релевантной конъюнктуры рынке промышленной политики, особенно с учетом влияния развития внешнеэкономических отношений стран, степени их интеграции в мировую экономику и международный рынок. Для решения подобной задачи целесообразно использовать отдельные положения из теорий менеджмента предприятий и исследования процессов развития. В частности, использование подходов так называемых «вертикальной» и «горизонтальной» конфигурации, межфирменных сетей и цепочек прироста стоимости можно значительно расширить применение методологии теории конкурентоспособности в теории кластеров. Это позволяет сформировать кластер с учетом специфики хозяйственных отношений между предприятиями. При этом географическая близость предприятий является в большей степени целесообразным признаком, чем необходимым.

Подобный подход учитывает возможность формирования кластеров в форме стратегических альянсов. В тоже время его реализация на практике требует некоторых

«доработок» в организации ведения предпринимательской деятельности. Прежде всего, это связано с организацией самого альянса. Альянсы представляют собой достаточно гибкие организационно-договорные структуры. В них может быть пересмотрено не только содержание условий совместных действий, но и распределение риска в действиях, необходимых для достижения совместных стратегических целей. Договорные отношения между предприятиями построены таким образом, что позволяют объединяться предприятиям не только по признаку экономического потенциала, но и с учетом применяемых технологий и участия в цепочках создания добавленной стоимости. В стратегических альянсах формируются такие отношения, которые мотивируют их участников не к прямолинейному захвату новых и расширению существующих рынков, а селективному, с учетом возможностей в решении общих стратегических задач, разделению рисков и учета интересов каждого участника альянса. Их создание не столько упрощает доступ на рынки сбыта, сколько изменяет подход к процессу совместного выбора и обоснования целесообразности выхода на определенный рынок. Подобный подход позволяет гибко увязать интересы, в т.ч. экономические, разных субъектов, объединив не только коммерческие организации, целью деятельности которых является извлечение прибыли, но и отдельные учреждения, например, из научной или образовательной сферы. Итогом подобного процесса является формирование кластера второго порядка [5].

Мотивы участия отдельных предприятий в подобных образованиях существенно зависят от свойств и характеристик кластеров. В ряде случаев это повышение эффективности и снижение издержек на основе масштабов производства и оптимизации договорных отношений или усиление инновационной составляющей производственного процесса и повышения его гибкости, расширение товарной номенклатуры, возможность проникновения на новые рынки.

Мировой опыт показывает, что использование кластеров позволяет достаточно эффективно применить различные инструменты регионального развития и решить задачи не только исключительно экономического характера, но и социального, например, повысить заработную плату жителям региона, увеличить занятость, обеспечить устойчивость развития промышленных предприятий региона [6].

Сказанное выше позволяет сделать следующие выводы:

1. Развитие теории о кластерах позволяет воспользоваться методологии других теорий и обосновать возможность создания различных организационных структур кластера. Они основаны не только на территориальном признаке, но и учитывают договорные отношения, экономические интересы участников, особенности применяемых технологий. Подобный подход позволяет достигнуть главной цели – сформировать условия для устойчивого развития предприятий и повысить их конкурентоспособность.

2. Современные условия ведения предпринимательской деятельности обосновывают необходимость не только расширения и дополнения теории о кластерах, но и придание отдельным ее положениям нового актуального состояния. Прежде всего, это относится к связям между предприятиями. Для обеспечения конкурентоспособности необходимо учесть процессы формирования вертикальной и горизонтальной конфигурации кластеров, содержание межфирменных сетей и эффективность цепочек прироста стоимости.

3. Подходы, позволяющие актуализировать теорию о кластерах, основаны на методологии теории конкурентной борьбы, поведения потребителей, формирования и развития технологических сетей. В этом случае повышение эффективности функцио-

нирования кластера достигается за счет эффекта синергии, объединения ресурсов, в т.ч. информационных, и развития кооперационных связей. Применение таких организационных структура как альянсы при организации кластеров позволяет эффективно распределить выполняемые всеми субъектами функции. При этом деятельность каждого предприятия можно оценить количественными показателями, дать качественную оценку эффективности его предпринимательской деятельности, оценить ее влияние на функционирование кластера в целом.

### **Список использованных источников**

1. Портер, М. Конкуренция / М. Портер. – Спб.-М.-Киев : Изд. дом «Вильяме», 2002. – 495 с.
2. Акулич, И.Л. Маркетинг: учебник / И.Л. Акулич. – 6-е изд., испр. – Минск : Высш. шк., 2009. – 511 с.
3. Сверлов, А.С. Конкурентоспособность предприятий электронной промышленности: методы оценки и механизмы реализации / А.С. Сверлов // Экономика и управление. – 2007. № 4. – С. 71-78
4. Ферова, И.С. Кластерный подход как фактор повышения конкурентоспособности экономики Красноярского края / И.С.Ферова // Вестник КрасГАУ. – 2005. – №7. – С. 17-21
5. Истомина Л.А. Кластеры и кластерная политика совет по развитию предпринимательства [Электронный ресурс]. – Совет по развитию предпринимательства, 2015. – Режим доступа: [http://ced.by/media/publication/books/klastery-i-klasternaja-politika/11\\_klastery\\_i\\_klasternaja\\_politika.pdf](http://ced.by/media/publication/books/klastery-i-klasternaja-politika/11_klastery_i_klasternaja_politika.pdf).
6. Попов, Е.В. Институционально-эволюционная миниэкономическая теория / Е.В. Попов. – Екатеринбург : Ин-т экон. УрО РАН, 2004. – 302 с.

*И.Л. Акулич, д.э.н., профессор*

*А.С. Сверлов, к.э.н., доцент*

*В.С. Голик, к.э.н., доцент*

*УО «Белорусский государственный экономический университет»*

*Минск (Беларусь)*

## **СОТРУДНИЧЕСТВО РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И АЗЕРБАЙДЖАНА В ИННОВАЦИОННОЙ СФЕРЕ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА<sup>2</sup>**

На международных рынках на деятельность предприятий значимое влияние оказывают рыночная конъюнктура и условия организации хозяйственной деятельности, созданные органами государственного управления конкретной стране. Стабильность развития отдельного рынка определяется наличием развитых рыночных инструментов и элементов рыночной инфраструктуры, а также программными документами, определяющими цели и перспективы развития подобных рынков. Конкретные задачи развития отдельных отраслей и рынков решаются органами государственного управ-

---

<sup>2</sup> Публикуется в связи с выполнением белорусско-азербайджанского проекта по договору между БГЭУ и БРФФИ от 25.01.2018 г. №Г18А3-017