

Сфера предпринимательской деятельности по регионам Могилевской области за 2004 г. (по форме 1-МП статистической отчетности)

Сфера деятельности	Количество предприятий	Уд. вес, %	Регионы	Количество предприятий	Уд. вес, %
Торговля и общ. питание	864	48,1	Могилев	1392	68,7
Промышленность	507	28,2	Бобруйск	314	15,7
Строительство	262	14,6	Могилевский р-н	67	3,3
Транспорт	88	4,9	Осиповичский р-н	48	2,4
Бытовое обслуживание	34	1,9	Горецкий р-н	37	1,8
Сельское хозяйство	31	1,7			
Связь	10	0,6			менее 1,0

*Ю.Б. Вашкевич, аспирант*

БГЭУ (Минск)

## КЛАСТЕРЫ ПРЕДПРИЯТИЙ: ИНТЕГРАЦИЯ В РЕГИОНАЛЬНЫХ МАСШТАБАХ

В последние годы в мире резко возрос интерес к кластерам малых фирм. Феномен кластера как объекта экономической агломерации взаимосвязанных предприятий на некоторой территории известен со времен ремесленного производства. Однако в качестве важного фактора развития регионов кластеры стали проявлять себя только в последние десятилетия.

Развитие кластеров малых предприятий играет важную роль как для самих предприятий, так и для региональной экономики.

Во-первых, организованные в кластеры малые предприятия получают возможность доступа к крупным проектам, которые при других условиях оказались бы для них недоступными.

Во-вторых, участие в кластере повышает доверие к вовлеченным в него компаниям. Это содействует повышению эффективности деятельности компании в разного рода маркетинговых сетях.

В-третьих, кластеризация местной экономики наделяет регионы и участников кластеров экономической мощью посредством продвижения отдельных секторов и концентрацией частной инициативы с целью выхода на более крупные рынки. В этом случае на рынок выходит не отдельное предприятие, а региональный промышленный комплекс, который имеет возможность существенно сокращать свои транзакционные издержки благодаря совместной технологической кооперации компаний.

Модель кластеризации малых предприятий привлекла к себе большое внимание со стороны специалистов. По сути она предложила способ повышения конкурентоспособности малого и среднего бизнеса, что в условиях либерализации и дерегуляции торговли во многих развивающихся и транзитивных экономиках представляется одной из острейших проблем.

Обобщая опыт стран, уже воплотивших данную модель на практике, можно сформулировать следующие принципы успешного формирования кластеров малых предприятий (принципы «тройного к»): а) принцип ориентированности на клиента; б) принцип коллективности; в) принцип кумулятивности.

Иными словами, при формировании кластера необходимо прежде всего уметь ориентироваться на клиента. Своевременное выявление его желаний и потребностей дает предприятиям существенное конкурентное преимущество, успешная реализация которого способна значительно усилить конкурентоспособность всего кластера.

Также следует иметь в виду то, что кластеризация направлена на группу предприятий. Таким образом, принцип коллективности, с одной стороны, обеспечивает снижение транзакционных издержек; с другой — способствует формированию взаимоотношений между фирмами, стимулирует межфирменную кооперацию.

И, наконец, на основе первых двух принципов формулируется третий — принцип кумулятивности. Он подразумевает способность предприятий накапливать необходимый запас ресурсов для обретения возможности дальнейшего функционирования и совершенствования вне зависимости от внешней поддержки. Это значит, что дальнейшее развитие кластера должно стать внутрииницируемым процессом, не зависящим от внешних инициатив, которые в свою очередь получают возможность продвижения других проектов.

Таким образом, одним из потенциальных источников повышения конкурентоспособности предприятий малого и среднего бизнеса является их объединение в рамках кластеров. Успешно зарекомендовавший себя во многих странах кластерный принцип является отражением глобальных интеграционных процессов в регио-

нальных масштабах. Последовательная реализация основных принципов формирования кластеров малых предприятий способна существенно повысить конкурентоспособность последних.

**С.Е. Витун**, канд. экон. наук, доцент

ГрГУ им. Я. Купалы (Гродно)

## **РЕГИОНАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА РЫНОЧНЫХ ПРЕОБРАЗОВАНИЙ**

Вклад малых предприятий в региональное экономическое развитие зависит не только от их числа, но и качественных характеристик. Ведь именно неоднородность сектора малого бизнеса позволяет ему выполнять разнообразные функции в региональной экономике. Была поставлена задача изучить: во-первых, региональные различия в развитии малого бизнеса на примере районов Гродненской области и г. Гродно; во-вторых, его влияние на экономику регионов.

Исследования показывают, что как в регионах области, так и в Гродно фирмы с небольшим количеством занятых (до 10 чел.) в значительно меньшей степени создают новые продукты, чем крупные предприятия. В регионах эти различия не столь заметны из-за низкого в целом уровня инновационности. Зато в Гродно этот контраст более заметен. В городе отмечен более высокий уровень инновативности товаров и услуг, здесь работает больше высокотехнологичных фирм.

В Гродно 53,0 % фирм заявили, что у них есть инновативные продукты против 5,0 % в регионах (районах). При этом уровень инновативности был ниже во всех группах обследованных предприятий (по видам деятельности, размерам и возрасту фирм). Это вынуждает некоторых мелких предпринимателей диверсифицировать свою деятельность, внедрять новые продукты и услуги с целью развития или (по крайней мере) выживания своего бизнеса.

Однако значительная часть предпринимателей (от 35 % респондентов в Гродно и до 55 % в регионах) сегодня еще не рассматривают инновации как фактор конкурентоспособности и не проявляют достаточной активности в обновлении продукции, производимой ими.

В ходе углубленных интервью выявлено, что малый бизнес в Гродно, как правило, не испытывает трудностей при найме работников. Дефицит отдельных специалистов отмечен в основном на периферии. Предприниматели перечислили группы специалистов, в которых они испытывают наибольшую потребность, особенно на