

ФОРМУВАННЯ РЕГОНАЛЬНИХ КЛАСТЕРІВ: ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ТА ПЕРЕВАГИ РОЗТАШУВАННЯ

Одним із парадоксів ІТ-революції залишається те, що місце розташування фірми і надалі залишається ключовим чинником конкурентних переваг та фактором економічного зростання. У США, напевно, найбільш мобільній країні з довгою історією розвитку свободи переміщення ресурсів, різниця в доходах між штатами та регіонами є суттєвою. Первинним, звичайно, має розмір міста та його потенціал стати привабливим для цілого регіону і можливість сформувати навколо себе кластер.

Взаємозв'язок між розміром міста та рівнем доходу його жителів неодноразово піднімався в численних роботах з регіональної економіки. Не можливо однозначно виявити, чи спочатку регіон (місто) починає економічно зростати і притягувати освічену робочу силу, чи в місто стікається освічена молодь і це стимулює його розвиток. Є приклади міст, які розвиваються значно скоріше, ніж регіон, в якому вони знаходяться, наприклад, Монреаль чи Мюнхен. Тому існує проблема між економічним розвитком країни та масштабом відмінностей у багатстві між її регіонами.

Конкуренція між містами та регіонами не тотожна конкуренції між країнами. Міста та регіони не мають справжніх економічних кордонів, хоча можуть мати політичні чи адміністративні кордони. Рух товарів, робочої сили та грошової маси між містами в межах однієї країни проходить вільно і обумовлюється лише географією, відстанями та, деколи, різницею в культурі та стилі життя.

Виділимо кілька основних факторів, які є визначальними при формуванні регіональних кластерів:

1. Розмір. Величина регіону має велике значення, оскільки динамічні галузі природно тяжіють до розвинутих міст та регіонів із розвинутою інфраструктурою. Практично в кожній країні є такі економічні центри, які об'єднують міста з високою економічною активністю.

2. Місцезнаходження. Розвинута інфраструктура передбачає активну взаємодію між ринками, торговельні «коридори», розташування біля кордонів, близько від торговельних партнерів даної країни, що також є важливим для динамічних галузей.

3. Витрати. Вартість економічних ресурсів і надалі залишається одним із основних факторів при формуванні кластерів. Однак, присутній негативний ефект, коли високі прибутки підприємницького сектора, високі зарплати у найманих працівників, високі податки для держави, навпаки, не стимулюють учасників кластера шукати інноваційні шляхи економічного розвитку.

4. Форс-мажорні обставини чи певні унікальні події. Історичні, політичні чи технологічні події і надалі залишаються вагомим чинником росту чи занепаду кластерів.

Вплив цих чотирьох факторів існує завжди, але найбільш значимим є, напевно, перший, оскільки витрати та місцезнаходження має значення тоді, коли кластер вже існує. Розмір завжди є чинником відносним щодо кожної країни, але завжди означає його економічну та демографічну значимість, наприклад, Нью-Йорк продукує 10% доходів США, а його населення становить лише 7,5% країни.

Основними причинами, згідно яких компаніям вигідно концентруватися навколо великих міст, утворюючи кластери, є:

1. Економія на масштабах виробництва. Чим вищі постійні витрати виробництва, тим вигідніше виробляти великі партії стандартизованих продуктів.

2. Економія на масштабі в торгівлі, дистрибуції та транспортуванні. Для успішної торгівлі потрібно створювати дорогу інфраструктуру: склади, дороги, транспорт тощо. Постійні

витрати тут також вигідно розподіляти між значною кількістю продуктів, що продаються; це саме стосується і логістичних схем.

3. Скорочення витрат на транспорт та комунікації. Чим менші витрати на ці фактори, тим більше у фірми стимулів концентруватися у невеликій кількості крупних локацій. Розповсюдження Інтернет-середовища не розпорошило ділову активність по невеликих населених пунктах, а, навпаки, посилило урбанізацію, тобто витрати на транспортування та комунікацію виступають як бар'єри торгівлі. Коли такі бар'єри, наприклад, між двома країнами, зникають, то конкуренція тільки посилюється. Якщо одна з двох країн сильніша у виробництві певного продукту, то її частка на ринку збільшиться, скоріш за все, за рахунок скорочення або припинення виробництва його в іншій країні. Тобто, виробництво сконцентрується в одній країні. Передача певних бізнес-процесів на аутсорсинг вже не означає, що відстань більше не має значення. Це, скоріше, означає, що в новому місці можна здійснювати ці процеси з меншими витратами. Зменшення витрат на комунікацію дозволяє виробництву посилено концентруватися в одному місці.

4. Потреба в близькості: створення галузевих кластерів. Навіть малі та середні фірми отримують вигоди від активності у великих локаціях, безпосередньо від участі у галузевих кластерах, адже це полегшує ділові трансакції, забезпечує потік знань та інформації; знижує витрати на спільно експлуатовану інфраструктуру; підвищує потенціал для спеціалізації та полегшує відносини між контрагентами. Галузеві кластери концентрують робочу силу зі спеціалізованими знаннями та навиками, що суттєво знижує для фірм витрати на рекрутинг та навчання персоналу.

5. Переваги різноманіття. Розташування у великому місті, без сумніву, становить конкурентну перевагу для торговельних компаній, які швидше досягають бажаного рівня продажів. Споживачі в таких локаціях є не лише носіями різноманітних потреб та інтересів, але й генераторами нових.

6. Фокусування. Фірми прагнуть розташовуватися у географічних центрах ринків. Це особливо важливо для тих компаній, у бізнесі яких доступ до клієнтів є першочерговим фактором досягнення успіху, наприклад, для сфери послуг. Тоді стратегічно правильним буде розташування фірми там, де можлива мінімізація транспортних витрат для постачання свого продукту максимальній кількості споживачів. Використання терміну «фокальність» («центральність») дозволяє характеризувати кластер з точки зору їх ринкового потенціалу, хоча одні міста є більш центральними, ніж інші. Також центральність відрізняється для різних галузей та потенційних часток ринку.

7. Людський фактор. Не потрібно забувати, що потужним фактором зростання кластера залишаються амбіції, потреби у визнанні, матеріальні та моральні можливості, які надає велике місто та пов'язаний з ними кластер.

Поруч з тим існує поняття «негативного» кластера, що пов'язано зі швидкою зміною високотехнологічних галузей. Як приклад, наведемо промислові Манчестер і Бірмінгем в Англії, Пітсбург в США чи Гессен в Німеччині, які ще на початку ХХ ст. вважалися найбільш інноваційними місцями на планеті. Однак, зараз міста, які спеціалізуються на текстильній, металургійній, сталеплавильній чи автомобілебудівній промисловості ризикують стати негативними кластерами, якщо вчасно не диверсифікуються в динамічні галузі і не стануть високотехнологічними.

Негативними кластери робить відсутність простоти переходу від однієї галузевої спеціалізації до іншої. Звичайно, кожна галузь створює свою культуру, етику ділових взаємин, партнерські зв'язки тощо, вагомим також є історичний спадок та пов'язані з ним стереотипи, одні з яких піддаються змінам краще, ніж інші. Такими змінами пояснюються, негативні тенденції затухання ділової активності у Північній Франції чи Південній Бельгії, в самому центрі Євросоюзу, у порівнянні, наприклад, з німецьким Руром, який успішно трансформується у високотехнологічний кластер.