

ЭКОНОМИКА, ИННОВАЦИИ И МЕНЕДЖМЕНТ

УДК 347.736

А.С. Узбекова, И.С. Малышева

ПЕРСПЕКТИВЫ И ПРОБЛЕМЫ СОЗДАНИЯ МАСЛОЖИРОВОГО КЛАСТЕРА В НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева

Цель: Оценить перспективы и проблемы создания и развития масложирового кластера в Нижегородской области.

Методология: в ходе работы был проведен анализ понятия кластера в экономике, исследована пищевая промышленность в разрезе масложировой отрасли, оценена перспектива создания кластера, изучена ситуация в регионе и рассмотрены основные участники. Большое внимание уделено структуре кластера и его формирования, а также основным проблемам его создания и развития.

Результаты: на сегодняшний день отсутствует достаточная законодательная база, позволяющая развивать новую инфраструктуру на базе кластерного подхода. Урегулирование процедуры кластеризации значительно упростило и ускорило бы развитие промышленности и экономики в целом, как на региональном, так и на национальном уровне.

Выводы: решение рассматриваемых в работе вопросов позволит привлечь внимание к проблемам экономики на региональном уровне и найти пути решения

Ключевые слова: кластер, кластерная политика, классификация кластеров, нормативы кластеров, кластеры на практике, зарубежная практика кластеризации, масложировая отрасль, модель кластера, перспектива развития кластеров.

Введение

Современный научно-технический прогресс вывел общество на новый этап развития, и уже нельзя представить сегодняшний мир без использования того или иного приспособления.

Наш век называют постиндустриальным, информационный, но он обладает и рядом отличительных особенностей, которые отражены в различных работах и материалах известных исследователей и ученых во всех отраслях современной науки. Несомненно, большую часть внимания должным образом занимает глобализация, повлекшая за собой изменения во всех сферах современного мира – экономической, политической, технологической и иных.

С учетом новой экономической среды, высшее руководство все больше и больше обращает внимание на создание различных структур территориального развития, ориентируется на особенности локальных конкурентов и особенно выделяет региональные производственные системы.

Главной целью всех этих нововведений является желание обеспечить высокий уровень конкурентоспособности на национальном и региональном уровне. И одним из современных способов достижения этой цели выступает такой инструмент, как кластеры.

На сегодняшний день кластеры расцениваются как средство повышения всех требуемых показателей для предприятия. В первую очередь, конечно, этот инструмент рассматривается для повышения конкурентоспособности конечной продукции, а также в целях оптимизации производственного процесса. Иногда кластеры способствуют и установлению необходимых взаимоотношений между предприятиями или их отдельными филиалами, в том числе между исследовательскими отделами, финансовыми учреждениями или производственными секторами.

Кластеры в экономике

В первую очередь следует отметить, что по праву первопроходцем в кластерной теории является Майкл Портер.

В самом простом варианте кластер представляет собой сконцентрированную на некоторой территории группу взаимосвязанных организаций, взаимодополняющих друг друга и усиливающих конкурентные преимущества отдельных компаний и/или кластера в целом. В качестве взаимодействующих организаций могут выступать компании, корпорации из всех отраслей деятельности, в том числе поставщики продукции, комплектующих и специализированных услуг. В последнее время часто привлекают научно-исследовательские институты или отделы.

Несмотря на большое сходство, кластеры следует отличать от холдингов, профессиональных ассоциаций, технопарков и других инновационных систем.

Самым главным отличием является наличие долгосрочных планов и программ, нацеленных на повышение конкурентоспособности конечного продукта за счет синергии. Предприятия, образуя кластер, объединяют свои бизнес-процессы, научно-исследовательские программы, ориентируясь строго на результат в будущем.

В отличие от остальных систем, компании, входящие в состав кластера, помимо существующей конкуренции между собой, способны объединяться в случае необходимости. Тем самым кластер усиливает конкуренцию там, где это выгодно, и требует объединения предприятий, к примеру, для привлечения специализированных поставщиков, создания уникальных систем и т.п.

Региональный кластер – это совокупность фирм, университетов и других организаций, связанных в определенной производственной области в определенном регионе, где синергия достигается при помощи конкуренции и кооперации между участниками. В данном случае синергетический эффект от взаимодействия организаций, входящих в такой кластер, достигается уже за счет возникающей региональной связи: все предприятия региона взаимодействуют на основе конкурентно-партнерских отношений ради достижения общей цели – развития региона в целом как кластера. При этом все субъекты хозяйствования находятся в равных условиях для осуществления своей деятельности: одна территория, одно законодательство.

Среди характеристик региональных кластеров следует отметить открытость, распространяющуюся за пределы внутрирегиональных сетей и имеющую цель использовать внешние ресурсы.

Обоснование использования кластерного подхода

Сегодня во многих странах кластерный подход стал частью государственной политики. И, что особенно приятно отметить, Россия не стала исключением.

Кластеры, по мнению ученых и исследователей, являются одним из инструментов обеспечения конкурентоспособности стран в мировом хозяйстве. Но применять кластерный подход можно не только в национальных масштабах, но и на уровне регионов, отраслей и предприятий.

Все чаще в рамках региональной экономики, направленной на улучшение качества жизни населения и повышения привлекательности области, идет речь о формировании кластеров.

Рассматриваемая в работе Нижегородская область обладает рядом принципиальных характеристик, которые являются приоритетными для благополучного формирования кластера в регионе:

1. Наличие конкурентоспособных предприятий.

Наиболее значимым является наличие предприятий, обладающих высоким уровнем производительности и экономической эффективности.

2. Наличие в регионе конкурентных преимуществ для развития кластера.

Здесь отмечается выгодное географическое положение, свободный доступ к человеческим ресурсам, наличие поставщиков и рынка сбыта, взаимодействие с учебными заведениями и организациями, осуществляющими НИОКР, наличие необходимой инфраструктуры. Также может быть учтен уровень иностранных инвестиций.

3. Географическая концентрация.

Ключевые участники кластеры расположены в непосредственной географической близости, имеют возможность для активного взаимодействия.

4. Наличие связей и взаимодействий между участниками кластера.

Принципиальным моментом становится наличие связей между предприятиями – рынком сбыта – учебными заведениями на момент создания кластера.

С учетом все этих факторов формирование кластера не только нацелено на успех, но и имеет высокие шансы на успешное развитие как в рамках региона, так и на национальном уровне. Учитывая положения стратегии развития страны до 2020 года, кластерный подход в данной ситуации как нельзя лучше подходит для реализации политики развития региона.

Выбор масложировой отрасли

Пищевая промышленность занимает важнейшее место в промышленном комплексе Российской Федерации. Масложировая промышленность занимает видное место в пищевой отрасли страны по значимости, роли и широте ассортимента пищевых товаров. Большинство пищевых жиров являются продуктами питания, естественно содержащими требуемые количества функционального ингредиента или группы ингредиентов, модифицированные таким образом, что они начинают проявлять свои биологически активные физиологические свойства, поэтому данную группу продовольственных товаров относят к категории продуктов функционального питания.

В настоящее время масложировая промышленность - это мощная отрасль, в состав которой входят предприятия, оснащенные передовой техникой и технологиями.

Масложировое производство всегда будет актуально при условии, что качество продукции будет удерживаться на высоком уровне, а ассортимент будет предлагать покупателю большой выбор товаров.

Практически все семьи покупают товар, к примеру, около 98% жителей нашей страны хотя бы раз в год использовали растительное масло. Маргарин используется не так часто, колбасные изделия и сыр – очень многими. Майонез имеет тенденцию сохранять потребление на одном и том же уровне.

Основными производителями подсолнечного масла являются Российская Федерация, Украина, страны ЕС, Аргентина, Турция. Из перечисленных стран первое место занимает Россия.



Рис. 1. Структура мирового производства подсолнечного масла

На протяжении последних лет масложировая отрасль отличается стабильностью производства, что характеризуется увеличением объемов производства, расширением ассортимента и сохранением высокого качества выпускаемой продукции. Это достигнуто благодаря реализации мер государственной поддержки, в том числе технического и таможенно-тарифного регулирования рынка растительных масел и маргариновой продукции, принятых Правительством Российской Федерации и направленных на создание условий устойчивого обеспечения предприятий отрасли масложировым сырьем, а также за счет внедрения рыночных отношений с привлечением частного капитала.

В развитие отрасли за последние годы отечественными и зарубежными компаниями инвестировано более 35 млрд руб. На российский рынок пришли транснациональные компании Каргилл, Юниливер, Бунге, Вилмар. Созданы крупные отечественные холдинги (НМЖК, Солнечные продукты, Юг Руси, ЭФКО).

Согласно документу «Стратегия развития Нижегородской области до 2020 года», стратегической целью Правительства Нижегородской области является уровень благосостояния населения и высокие стандарты качества жизни, которые могут быть достигнуты при наличии эффективной и сбалансированной экономики, благоприятных условий для жизни, а также эффективной исполнительной власти.

Одним из направлений достижения стратегической цели является обеспечение инвестиционной привлекательности территории для создания новых предприятий в приоритетных секторах экономики.

В соответствии с реализацией стратегической цели кластер рассмотрен в качестве инструмента обеспечения и развития инвестиционной привлекательности территории. Такое управленческое решение обосновано определением роли кластеров в повышении эффективности региональной экономики, обобщения и анализа зарубежного и отечественного опыта в области идентификации и активизации кластерных процессов в регионе.

Модель масложирового кластера

Основой для формирования кластеров является предпринимательская инициатива, а также возможность и/или необходимость совместного использования многими хозяйствующими субъектами одного или нескольких объединяющих факторов, таких как: базовая технология, каналы маркетингового продвижения продукции, подготовка кадров, система генерации ноу-хау, относящихся к единому продуктовому направлению.

В настоящее время существуют две модели построения отношений внутри кластера. Наиболее распространена так называемая «шотландская модель», при которой центром кластера, как правило, является одна или несколько независимых мощных компаний, между которыми сохраняются конкурентные отношения, что существенно отличает кластер от картеля или финансово-промышленной группы. В результате того, что лидирующие на мировом рынке крупные компании и фирмы нуждаются в большом количестве приспособленного к их технологиям смежных производств, оборудования, материалов и т.п., создается емкий рынок для небольших фирм, в том числе с инновационной направленностью, которые в будущем и становятся генераторами конкурентных преимуществ. Кластер дает работу множеству мелких фирм - поставщиков простых комплектующих, соединяя в себе только лучшие предприятия, обладающие международной конкурентоспособностью. Опыт показывает, что большинство стран Европейского Союза придерживаются именно «шотландской модели» построения кластеров.

Меньшую популярность имеют кластеры на основе «итальянской модели». Это более гибкое и «равноправное» сотрудничество предприятий малого, среднего и крупного бизнеса.

Применительно к модели регионального кластера в области масложировой промышленности предпочтительнее оказывается шотландская модель. В соответствии с этим представляется следующая схема кластера:



Рис. 2. Модель кластера по шотландской схеме

Участники кластера

По состоянию на конец 2013 года потенциальные компании, подходящие для создания, это - ЭФКО, НМЖК, Юнилевер и Махеев. Исходя из того, что кластер создается все-таки как региональный, то по территориальной составляющей подходят только три компании – ЭФКО, НМЖК и Махеев.

ЭФКО - российская пищевая компания, производитель растительных масел, пищевых ингредиентов и продуктов питания (в том числе майонеза «Слобода» и Altero).

НМЖК - один из лидеров масложировой отрасли России и СНГ, включает также Самарский жировой комбинат, Пермский маргариновый завод «Сдобри», Шуйский и Оренбургский маслоэкстракционные заводы и пять элеваторов. Производит не только масло и майонез, но и производственные маргарины и жиры, туалетное и хозяйственное мыло.

Махеев - российская торговая марка, под которой выпускаются продукты питания. На данный момент, под торговой маркой «Махеев» выпускается порядка ста наименований продукции. Это не только майонез, но и кетчуп, еда быстрого приготовления, горчица, хрен, джем, повидло, семечки и кукурузные палочки.

Три этих предприятия составляют блок промышленных предприятий.

В разрезе рынка сбыта будут рассмотрены два блока.

Торгово-сбытовые предприятия, по сути, это, в первую очередь, дистрибьюторы региона, а также различные крупнооптовые частные предприниматели. Здесь представлены дистрибьюторы Сладкая жизнь плюс, ООО ФЭТ, ГК АЛИДИ, ГК ВКТ.

В роли покупателей предстают индивидуальные предприниматели, как правило, из районов области, чтобы обеспечить максимальную дистрибьюцию. Это ИП Маркова и ИП Гусев.

Кроме производственных предприятий и рынка сбыта, необходимо наличие и производителей вторичной продукции. В разрезе регионального кластера целесообразно включить дочерние компании предприятий-участников, а не создавать новые. Это позволит каждой из компаний расширить свою географию, а кластеру существенно сэкономить на издержках.

В качестве сервисных компаний используется база того предприятия, которое имеет в наиболее близком месте свои заводы. Это служит началом развития научной школы, которая предстает отдельным блоком.

Научно-образовательный центр создается на базе одного из ведущих вузов и техни-

кума. Здесь идеальным образом подобраны оба участника, так как они уже между собой связаны контрактом.

Финансовый и маркетинговый отделы будут созданы с нуля, чтобы не зависеть ни от одной из сторон кластера.

В результате исследования всех сторон кластера и взаимосвязей внутри его, была сформирована окончательная схема предлагаемого варианта.

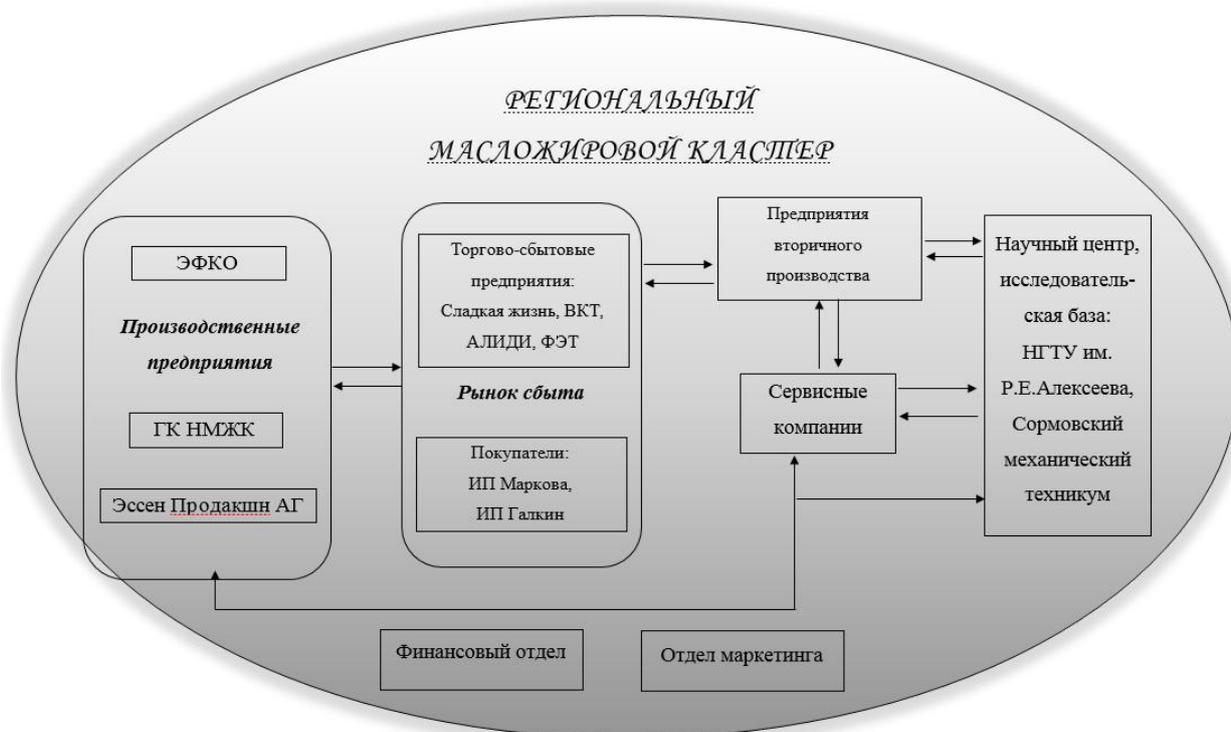


Рис. 3. Схема масложирового кластера в Нижегородской области

Перспективы и проблемы создания масложирового кластера в регионе

Чтобы говорить о перспективе развития кластера, необходимо отметить, что в первую очередь создание кластера положительно скажется на нескольких аспекта масложировой отрасли региона.

Во-первых, с помощью твердых маркетинговых мероприятий может быть усилено узнавание продукта. Помимо этого всем предприятиям будет проще внедрять свою собственную рекламу, так как на фоне общего ролика восприятие конкретного бренда усиливается. *Во-вторых*, усиление продукта на рынках способствует увеличению объема продаж.

Также заключение контрактов с учебными заведениями, проведение специальных программ, отслеживание экологической ситуации на производстве способствуют положительным оценкам со стороны региональных властей.

Нельзя не отметить, что создание кластера в настоящее время можно трактовать как своевременное выполнение стратегии развития страны до 2020 года. Предприятия, формирующие кластеры именно сейчас, когда еще нет нормативной базы, могут в будущем пользоваться преимуществами, так как в последующем именно на их опыт будут опираться при составлении законодательства.

Создание и развитие кластера способствует не только развитию самих предприятий, но и всей масложировой отрасли.

К примеру, за счет улучшения системы вторичного производства повышается и объем продаж, и статус компании. Создание и развитие общих финансового и маркетингового отделов позволит самим предприятиям перенимать опыт.

Но самый главный из ожидаемых результатов – это развитие основного производства, совершенствование технологий, систем качества и управления. В совокупности с тем, что планируется поддерживать и развивать собственный научный центр, возможностей для обновления и инноваций становится намного больше.

В рамках перспективы развития кластера можно говорить о проведении обширной программы научных исследований и технологических разработок, за счет которых будут получены новые важные знания, полезные в производстве масложировой промышленности. Это поднимет производство на новый уровень, позволит больше и чаще внедрять инновации.

Главными проблемами на сегодняшний день остаются несостыковки в законодательстве, необходимость больших вложений на первых этапах, непонимание участниками кластера его сути и значения.

Выводы

В зарубежной практике кластерная политика давно внедряется во все сферы деятельности. В европейских странах в настоящее время реализуется множество проектов, направленных на развитие кластерной политики.

К настоящему времени использование кластерного подхода уже заняло передовые позиции в стратегиях развития Российской Федерации. На федеральном уровне уже создан ряд механизмов, позволяющих обеспечить финансирование мероприятий по развитию кластеров.

В ходе анализа и исследования всех аспектов масложирового кластера в регионе было выявлено, что у рассматриваемого кластера есть все шансы вырасти до национального масложирового кластера. В то же время, есть все шансы перерасти в кластер пищевой продукции в регионе, и далее претендовать на национальный уровень. В обоих случаях это положительно скажется на всей экономике страны, так как масложировая отрасль относится к стратегически важной промышленности России.

В ходе данной работы были выявлены слабые и сильные стороны кластера. Было сформировано видение реализации кластерной политики в регионе и за его пределами.

Библиографический список

1. «Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года», Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 г. N 1662-р. М., 2008.
2. «Инновационная Россия – 2020». Правительство Российской Федерации. – М., 2011.
3. Методические рекомендации по реализации кластерной политики в субъектах Российской Федерации. – М.
4. Идентификация отраслевых кластеров в национальных и региональных экономиках / Государственное автономное учреждение «Центр инновационного развития и кластерных инициатив». – М., 2011.
5. **Княгинин, В.Н.** Кластерный путь к новой экономике / В.Н. Княгинин // Полит.ру, ноябрь 2012.
6. **Глухова, М.** Кластеры – нужны ли они российской экономике? // Промышленник России, сентябрь, 2012.
7. **Портер, М.** Конкуренция. [пер. с англ.] / М. Портер. – М., 2010.
8. **Семенова, Н.Н.** «Кластеризация — новое явление в мировой экономике и политике» // Internet - www.nikst.ru, 2012.
9. **Узбекова, А.С.** Проблематика идентификации и построения кластерных образований предприятий Нижегородской области / А.С. Узбекова, Н.А. Шибанов, К.И. Колесов // Труды Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева / НГТУ им. Р.Е. Алексеева. – Нижний Новгород. 2013. № 1 (98).
10. Официальный сайт Ассоциации производителей и потребителей масложировой продукции // Internet - <http://nkoarmp.org/>

11. Официальный сайт Масложирового союза России // Internet - <http://mjsr.ru/>
12. Официальный сайт // Internet - ГК ЭФКО <http://www.efko.ru/>
13. Официальный сайт // Internet - ГК НМЖК <http://www.nmgk.ru/rus/>
14. Официальный сайт Эссен Продакшн АГ // Internet - <http://www.maheev.ru/>

*Дата поступления
в редакцию 03.10.2014*

A.S. Uzbekova, I.S. Malysheva

ANALYSIS OF CONTEMPORARY RUSSIAN CORPORATE LAW. CHALLENGES AND SOLUTIONS

Nizhny Novgorod state technical university n. a. R.E. Alexeev

Purpose: To estimate prospects and problems of creation and development of an oil and fat cluster in the Nizhny Novgorod Region.

Methodology: During work, the analysis of concept of a cluster in economy was carried out, the food industry in a section of oil and fat branch is investigated, the prospect of creation of a cluster is estimated from the legislation, the situation in the region is studied and the main participants are considered. Much attention is paid to structure of a cluster and its formation, and the main problems of its creation and development.

Results: today there is no the fixed legislative base, allowing to develop new infrastructure according to rules. Settlement of procedure of a clustering considerably simplified and would accelerate development of national economy, and, as a result, and all industry.

Conclusions: the raising of the questions designated in work will allow to draw attention to modern problems and to find solutions.

Key words: cluster, cluster policy, classification of clusters, standards of clusters, clusters in practice, foreign practice of a clustering, oil and fat branch, cluster model, prospect of development of clusters.