

Літаратура

1. Слука, Н. А. Градоцентрическая модель мирового хозяйства / Н. А. Слука. — М., 2005. — 168 с.
2. CNN Money / A Service of CNN, Fortune & Money [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.money.cnn.com/magazines/fortune>. — Date of access : 14.03.2012.
3. Airports council international [Electronic resource]. — Mode of access : http://www.airports.org/cda/aci_common/display/main/aci_content07_banners.jsp?zn=aci&cp=1_725_2_. — Date of access : 16.03.2012.

Кластерно-сетевая регионализация

*Цыртков А. В., магистрант АУнПРБ,
науч. рук. Алехин Д. И., канд. соц. наук*

В Республике Беларусь системные исследования в области кластеров и кластерного подхода не проводились, несмотря на глубокую проработку отдельных аспектов в трудах отечественных ученых. Например, технологические кластеры рассматривали В. Ф. Байнев, Н. И. Богдан, С. Г. Галуза, А. В. Марков, И. А. Михайлова-Станюта, М. В. Мясникович, Л. Н. Нехорошева, П. Г. Никитенко. Преимущества территориально-производственных комплексов и корпоративно-кластерной структуры экономики обосновывали в своих исследованиях Я. М. Александрович, А. А. Быков, С. С. Полоник, В. В. Пинигин. Вопросы государственно-частного партнерства и социального капитала исследовали И. В. Новикова, В. С. Фатеев [1].

Принципиальным становится вопрос отношения к взаимодействию традиционных моделей индустриальных кластеров М. Портера с современными сетевыми организационными экономическими моделями [2]. Как известно, кластерный подход эффективно минимизирует производственные, транспортные и другие издержки в пределах конкретных национальных экономик, в то время как сетевые модели дают возможность существенно снижать все виды производственных и непроизводственных издержек на различных уровнях активизации экономической деятельности — глобальной, международной, региональной, специализированной локальной. Здесь мы должны обратить внимание на существенный аспект — производственные структуры сетей территориально могут, в значительной степени, быть рассредоточены. Кроме того, сетевая экономика — это продукт переходного периода индустриальной эпохи в постиндустриальную. Ее же отличительной чертой является дематериализация производства [3].

Кластеры можно рассматривать как одну из разновидностей крупных сетей предпринимательского типа. Они представляют собой сеть, охватывающую широкий спектр социально-экономических аспектов. Являясь след-

ствием территориально-отраслевого деления общественного воспроизводства, кластеры реально воплощают идеологию сетевого подхода.

Предпринимательские сети отнюдь не всегда столь масштабны. Они могут объединять представителей малого и среднего бизнеса, интегрировать деятельность малых предприятий различного профиля в сферу деятельности представителей крупного бизнеса.

Предпринимательские сети не подвержены жесткой привязке к территориальным параметрам, могут иметь локальный характер, а «подвижность» их масштабов позволяет обеспечивать большую гибкость, адаптивность и мобильность предпринимательской деятельности.

Кластеры, в сравнении с предпринимательскими сетями, объединяют значительно более широкий круг участников, в том числе институты поддержки, производственные и коммерческие структуры, среди которых производители, поставщики, а также высшие учебные заведения и научные организации. Они агрегируют принципы как отраслевого, так и регионального (межотраслевого) объединения участников, основанного на вертикальных взаимоотношениях между разнородными фирмами и на взаимодействии инновационных процессов с быстроменяющимся характером рыночных отношений.

Итак, кластер — это отраслевое, территориальное и добровольное объединение предпринимательских структур, которые тесно сотрудничают с научными (образовательными) учреждениями, общественными организациями и органами местной власти с целью повышения конкурентоспособности собственной продукции, работ или услуг и содействия экономическому развитию региона. В кластер входят многочисленные организации смежных, взаимодополняющих отраслей и другие структуры, которые играют важную роль в создании конкурентной среды: университеты и исследовательские учреждения, организации, осуществляющие подготовку кадров — и отвечают за информационное, и техническое обеспечение, торговые ассоциации и др. Подобные объединения оказывают положительное влияние не только на отдельные организации, но и на экономику региона в целом [4].

Для того чтобы кластер состоялся как жизнеспособная, самодостаточная, успешная и эффективная организация, необходимо наличие следующих основных условий (Концепция «5-И» М. Войнаренко) [5]:

– ИНИЦИАТИВА — инициативные и влиятельные люди из числа предпринимателей, структур власти, общественных организаций, учебных заведений и научных организаций, способные своим авторитетом, умом, организаторскими способностями и знаниями сплотить, заинтересовать и на деле доказать полезность кластеров как для самих их членов, так и для региона;

– ИННОВАЦИИ — новые технологии в организации производства, сбыта, управления, финансирования, способные открыть новые возможности в конкурентной борьбе;

– **ИНФОРМАЦИЯ** — через взаимодействие головной организации с организациями-участниками вырабатывается новая информация, которая становится движущей силой деловой активности. Формируется единое информационное пространство;

– **ИНВЕСТИЦИИ** — участие в новых инвестиционных проектах. Опыт развитых стран свидетельствует, что кластеры привлекают гораздо больше инвестиций, чем отдельные компании;

– **ИНТЕГРАЦИЯ** — производство и реализация комплектующих изделий, оборудования, инструмента, технологий, ноу-хау и других нематериальных активов, созданных по заказу головной организации предпринимательской сети, предназначены для изготовления конкурентной продукции и не могут быть реализованы на свободном рынке для широкого круга потребителей;

– **ИНТЕРЕС** — обеспечивает основное условие жизнедеятельности предпринимательской или общественной структуры, предполагающей наличие заинтересованности участников кластерных объединений и получение ими определенной экономической выгоды.

Экономические связи, лежащие в основе создания кластеров, основаны на долгосрочных контрактах (в отличие от холдингов, базирующихся на имущественных интересах) и осуществляются на основе вертикальных и горизонтальных взаимодействий между различными бизнес-субъектами и их симбиозной взаимозависимости, определяемой принципом синергизма [6]. Такие объединения позволяют малым организациям сочетать преимущества малых форм предпринимательства и крупных производств [7]. Между фирмами, принадлежащими разным собственникам, возникает родство при сохранении каждой из них своей автономности.

Следует отметить, что кластерно-сетевая регионализация является современной формой интеграции предприятий, способной повышать конкурентные преимущества каждой фирмы-участницы кластера. Международный опыт свидетельствует о высокой эффективности функционирования данной формы. Перспективность создания кластеров в белорусских условиях, на наш взгляд, несомненна, поскольку они позволяют на основе объединения бизнеса, науки и органов власти существенно повысить качество производимой продукции и снизить издержки, что в настоящий момент является важным и необходимым условием обеспечения конкурентоспособности белорусской продукции на мировом рынке.

Литература

1. Яшева, Г. А. Кластерная концепция повышения конкурентоспособности предприятий в контексте сетевого сотрудничества и государственно-частного партнерства. — Витебск : УО «ВГТУ», 2009.

2. Кузич, А. Е. Сетевая природа глобализирующегося мира / А. Е. Кузич, В. В. Петров // Ворота в глобальную экономику / пер. с англ. — М. : ФАЗИС, 2001. — С. X–XXIV.

3. Современное управление развитием хозяйственных систем: теоретический аспект [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.fpa.su/gosudarstvennoe-stroitelstvo-i-pravo/sovremennoe-upravlenie-razvitiem-hozyaystvennyh-sistem-teoreticheskiy-aspekt-rotov-k-v.html>. — Загл. с экрана.

4. Соколенко, С. И. Производственные системы глобализации: Сети. Альянсы. Партнерство. Кластеры: Укр. Контекст. — Киев : Логос, 2002.

5. Авдашева, С. Б. Акционерные и неимущественные механизмы интеграции в российских бизнес-группах / С. Б. Авдашева, В. Дементьев // Российский Экономический журнал. — № 1, 2000.

6. Асаул, А. Н. Роль европейского сотрудничества в развитии новых производственных систем // Науч. тр. Международного Союза экономистов и Вольного экономического общества России (Ежегодное Собрание членов Международного Союза экономистов «Роль и место европейского сотрудничества в развитии мировой экономики». Германия–Австрия–Словакия–Венгрия, 17.10.2003–26.10.2003). — Т. 13. — М.; СПб., 2004.

7. Асаул, А. Н. Проблемы и тенденции развития малого предпринимательства на региональном уровне / А. Н. Асаул, И. В. Денисова // Науч. труды Международного союза экономистов и Вольного экономического общества России. — Т. 11. — М.; СПб, 2002. — С 211–221.

Ценовая дискриминация: виды и примеры

*Шереметьева А. С., студ. I к. БГЭУ,
науч. рук. ст. преп. Яхницкая Н. А.*

Часто мы сталкиваемся с такой ситуацией, когда продавец на одну и ту же продукцию для разных покупателей устанавливает различные цены. Такое явление называется ценовой дискриминацией. Термин «дискриминация» образован от латинского *discriminatio*, что означает различие, различение. Ценовая дискриминация — поведение продавца на рынке в условиях несовершенной конкуренции, когда он устанавливает разные цены на одинаковый товар. Условием ценовой дискриминации является наличие у продавца возможности разграничения покупателей по эластичности их спроса на конкретный товар, что позволяет запрашивать у покупателей с высокой эластичностью большую цену. При этом ценовой дискриминацией различия в ценах можно называть только в том случае, если эти различия не связаны с издержками. Ценовую дискриминацию очень тяжело осуществить на практике. Для того чтобы ценовая дискриминация была эффективной — способствовала росту прибыли, — продавец должен выполнять следующие условия.

1. Наличие у продавца рыночной власти. Фирма должна иметь контроль на цену своей продукции (обладать монопольной властью). Если продавец