

1. Введение

По сведениям Wuppertal Institute for Climate, Environment and Energy¹ человечество в текущем периоде себя ведёт так, как бы имело к dispozici ресурсы 4 земных шаров, но все еще живет на одном, и имеет доступ к ограниченному количеству источников. Текущее состояние развития не является устойчивым.

На растущие глобальные проблемы начало постепенно показывать еще больше специалистов из разных секторов, а в 1968 основали ассоциацию международных неправительственных организаций "Римский клуб" (Club of Rome). Целей Римского клуба является подчеркнуть опасность для человечества, вытекающей из самой человеческой деятельности, особенно из содействия интенсивного развития. Массачусетский технологический институт в 1972 году подготовил доклад для Римского клуба "Границы роста" ("The Limits to Growth"). Наметил пять основных компонентов: невозобновляемые ресурсы, население, производство продуктов питания и загрязнение.²

Почти после 40 лет спустя глобальные проблемы, которые были изучены, они становятся все сильнее и устранение неполадок срочнее.³

Таким образом, Римский клуб в 2008 году, начал 4-летнюю программу "Новый режим развития мира" (A New Path for World Development).

Эта программа направлена на пять взаимосвязанных линий вопросов:

- 1. Окружающая среда и ресурсы** - изменение климата, энергетическая безопасность, экосистемы и вода.
- 2. Глобализация** - распределение богатства и доходов, занятости, реструктуризации экономики, торговли и финансов.
- 3. Международные события** – демографическое развитие, экологических бремени, нищета, производство продуктов питания, здравоохранение и занятость.
- 4. Социальные отношения** - социальные изменения, ценности, культура, личность и поведение.
- 5. Мир и безопасность** – право и закон, демократия, государственная власть, солидарность, безопасность и мир.

Современный мир характеризуется динамичностью и турбулентностью событий и динамика по-прежнему возрастает. Прогресс в области информационно - коммуникационных технологий по-прежнему способствует быстрый доступ к обмену информацией и облегчает поиск новых партнеров и общения с существующими и позволяет сотрудничество группам и сетям предприятий. Облегчение доступа к все более широким слоям населения к информационным технологиям позволяет предприятиям обеспечить и предоставлять виртуальные услуги и продавать продукцию конечным потребителям.

Компании пытаются с максимальной рентабельности. Для достижения этой цели используют инновации своих процессов и продукции, сокращают расходы и пытаются получить конкурентное преимущество. Человечество приобретением новых знаний в какой-то степени сохраняет устойчивость развития, но количество и уровень накапливающихся знаний не является удовлетворительным.

Научные открытия, расширения знаний в различных отраслях промышленности, сотрудничество между промышленностью и появление новых отраслей также значительно поддерживает динамику общества.

В этом мире изменений есть потребность в новых экономических механизмах, и новой экономики. Открывание кластеров и инноваций может быть одним из инструментов для быстрого приобретения знаний, увеличивая тем самым степень его устойчивости. В следующем разделе приведены основные сведения о хозяйственных обществах, кластерах, модель мало мира в качестве возможной теоретической модели сетевой экономики и видение будущих тенденций.

2. Кластеры

Согласно словарю иностранных слов представляет собой кластер соединение с некоторыми обязательствами друг перед другом атомов металла, группу из более чем 2 объектов, отделяющихся от статистического фона, группу из нескольких одновременно звучащих тонов с минимальным интервалом расстояния.⁴

В дополнение к кластерам, возникающим стихийно в природе, есть и кластеры различных промышленных отраслей. Это предприятия, которые спонтанно географически сосредоточены. Это связано с экономией средств в результате такой концентрации, более быстрым развитием промышленности, умной рабочей силой, концентрацией знаний, существующимися традициями и обычаями, и так далее.

Примеры могут следующие:

- *Silicon Valley* – “высокотехнологичные кластера”,
- *Hollywood* – “кластер развлечений”,
- *север Франции* – „парфюмерные кластера“.

Для удобства кластеризации национальные и региональные органы власти в рамках своих программ содействуют кластеризации и ожидают его позитивное воздействие и на инновации, конкурентоспособность, развитие специальных навыков, развитие справочной информации, развития бизнеса и долгосрочной динамики.

К своему существованию кластеры не должны быть официально учреждены, но различные программы для поддержки кластеров предполагают взять на себя официальное существование.

3. Объединение фирм

Нынешний период характеризуется продолжением процессов глобализации и все острее конкурентной среды, вызванные главным образом под воздействием международных компаний и корпораций. В таких условиях, малые и средние предприятия, при поисках конкурентного преимущества должны сотрудничать. Форма сотрудничества может варьироваться от жесткой связи путем создания совместных предприятий к свободной, открытой для стратегического партнерства.

Концепция стратегического партнерства отражает взаимосвязь двух или нескольких предприятий, которые вместе договориться об общей реализации определенных стратегических целей или целей и для достижения этой цели, будут взаимно кооперировать.⁵

Жесткие формы стратегического партнерства включают в себя:

- *фузия* - слияние двух или более бизнес-единиц,
- *аквизиция* - приобретение контроля над другими компаниями.

Свободные стратегические партнерства включают в себя:

- *альянс соглашения,*
- *сетевые соединения,*
- *различные неакционерных соединения.*⁶

Феномен последних лет стал кластер, который можно рассматривать как форму стратегического партнерства.

В общем, какое-либо объединение может считаться свободным стратегическим партнерством. Исторически, есть много случаев бизнес-ассоциации. Цели объединения могут быть разными по содержанию.

Дальнейшие свободные стратегические партнерства включают в себя:

- *ассоциаций или объединения, обладающие компетенцией в конкретном секторе,*
- *ассоциации с региональным масштабом,*
- *коммерческие, промышленные, экономические палаты и смешанные палаты,*
- *профессиональные организации и палаты.*

Существование некоторых партнерств было известно на протяжении веков, и можно предположить, что стратегическое партнерство было создано в древней истории с первым человеком, или между группами сотрудничества.

Только недавно кластеры считаются средством повышения инновационной деятельности, повышая тем самым конкурентоспособность предприятий и региона.

4. Определение кластера

Есть несколько определений кластеров. Различия в определениях не существенны, разница воспринимается автором и необходимо для дальнейшей обработки этого термина.

Кластер представляет собой по новаторской книге автора Майкла Портера "Конкурентные преимущества наций" географически близкие группы взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиков, поставщиков услуг и связанных с ним учреждений в той или иной области, а также компаний в смежных отраслях, которые конкурируют и сотрудничают вместе, имеют общие черты и взаимно дополняются.⁷

Майкл Портер позже расширил определение кластера, и указывает, что местные кластеры концентрация взаимосвязанных компаний и институтов в данной области. Кластеры представляют собой группу взаимосвязанных отраслей и других субъектов важных для конкуренции. К ним относятся, например, поставщики специализированных материалов, а также компонентов, оборудования и услуг, и поставщиками специализированной инфраструктуры. Кластеры часто распространяются вниз до каналов сбыта и клиентов, а по бокам производителей дополнительных продуктов и компаний, с точки зрения навыков, технологий и общего вклада в смежных отраслях. Много кластеров включает также правительственные и другие институты - такие, как университеты, агентства по стандартизации, научно-исследовательские группы и торговые ассоциации - обеспечение специализированную подготовку кадров, образование, информации, научные исследования и техническую поддержку.⁸

По данным Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР Organisation for Economic Co-operation and Development - OECD), кластере местные ассоциации горизонтально или вертикально связанных фирм, которые специализируются в таких областях, как торговля, наряду с дополнительными организациями.⁹

Основные характеристики кластера, о которых говорится в определениях различных авторов:

- это группирование предприятий,
- географически близкие,
- отраслево близкие.

Другие особенности, упомянутые в определениях, можно рассматривать скорее как характеристики кластера характеризуется, например:

- Наличие специализированных услуг и учреждений;
- Наличие условий для более инновационной и предпринимательской деятельности в регионе.

5. Типы кластеров

Есть два основных типа кластеров:¹⁰

1. Кластеры на основе цепочки создания стоимости, четко определены сетями поставок. Кластер, как правило, построен несколькими ключевыми предприятиями со своими поставщиками, которые связаны с другими специализированными поставщиками. Часто приведённым примером такого рода кластеров автомобильный кластер.
2. Кластеры на основе компетенции являются концентрацией бизнеса в конкретной области технических знаний или компетентности в регионе. Примером может служить кластер информационных технологий.



Рисунок 1 - Отраслевая и географическая близость кластеров

5.1. Отраслево удаленные объединения предприятий

Ассоциации, члены которых работают в различных секторах экономики, мы считаем, филиал прочь. Характерным для отраслево удаленных ассоциаций, что не способствуют созданию "специализированных поставщиков, поставщиков услуг и связанных с ним учреждений в той или иной области, а также компаний в смежных отраслях".

5.1.1. Отраслево удаленные – географически удаленные

Ассоциации, в состав которых входят отраслево и географически удаленные предприятия, сосредоточивают свою деятельность на все сектора с тем, чтобы своей деятельностью удовлетворить ожидания всех ее членов.

Примером могут служить коммерческие, промышленные или хозяйственные палаты, как правило, действующие в стране и их деятельность является сквозной. Палата в таком объеме и представляет интересы бизнеса на территории в целом.

5.1.2. Отраслево удаленные – географически близки

Ассоциации, членами которых являются компании отраслево удаленные и географически близки, они также нацелены на все сектора. Тем не менее, их объем сосредоточен на мелкие географические территории, региона.

Типичным примером является региональные палаты и региональные центра инновационного развития. Деятельность, осуществляемая этими и другими группами с региональным масштабом, представляют интересы бизнеса в регионе и помогают решить их проблемы на региональном уровне.

5. 2. Отраслево близкие объединения предприятий

Ассоциации, члены которых работают в том же, или смежных отраслях, мы будем считать за филиал близлежащих предприятий.

5.2.1. Отраслево близки – географически удаленные

Различные отраслевые ассоциации, объединения или разделы палат сосредоточивают свою деятельность на тот же бизнес и смежные отрасли. Эта форма объединения приносит преимущества, связанные с возможностью специализации в этой области.

Кроме того, современная технология позволяет быструю передачу информации, образования и виртуальных конференций, или в дистанционном режиме. Дальнейшее развитие информационных технологий, постоянно вносит новые формы общения, которые обещают продолжать "конвергенцию" компаний. Однако присутствуют и недостатки большей географической удаленности.

5.2.2. Отраслево близки – географически близки

Если в определенной географической части региона увеличилась концентрация фирм в секторе по сравнению с другими секторами, эта концентрация может

рассматриваться в качестве кластера. Есть много исследований, что именно эти группы приложат требуемых характеристик, для которых существует более инновационной деятельности и, следовательно, тем и конкурентоспособность региона. За основную теорию, как правило, считается Портеров алмаз конкурентоспособного преимущества¹², который предлагает схему позволяющую проанализировать конкурентоспособность промышленности в регионе.

Эта статья возникла как результат решения проекта APVV No. LPP-0384-09 „Koncept HCS modelu 3E vs. koncept Corporate Social Responsibility (CSR)“.

Библиографический список

1. WUPPERTAL INSTITUTE FOR CLIMATE, ENVIRONMENT AND ENERGY(2010): [online] <<http://www.wupperinst.org/en/home/index.html>>
2. RUSKO, M.(2007): Základy environmentalistiky. s.15
3. CLUB OF ROME, [online] 2010
<http://www.clubofrome.org/eng/new_path/CoR_Flyer_090605.pdf>
4. Slovník cudzích slov, [online] 2010 <<http://www.cudzieslova.sk>>
5. SMOLKOVÁ, E., BOROVSÝ, J.(2005): Strategické partnerstvá pre malé a stredné podniky. s.34
6. SMOLKOVÁ, E., BOROVSÝ, J.(2005): Strategické partnerstvá pre malé a stredné podniky. s.31-78
7. PORTER, M.(1990): The Competitive Advantage of Nations.
8. PORTER, M.(1998): On Competition.
9. Organization for Economic Co-operation and Development (OECD)(2005): Business Clusters – Promoting Enterprise in Central and Eastern Europe. s.9
10. AGENTÚRA CZECHINVEST(2007): Průvodce klastrem. s.8
11. ŠMÍD, J.(2010): Združovanie podnikov. Odvetvová a geografická blízkosť.