УДК 658.11; 338.2; 330.34

**А.М. Губернаторов, доктор экономических наук, доцент; М.С. Чистяков**

*ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве РФ», Владимирский филиал,   
г. Владимир, Российская Федерация*

**КЛАСТЕРНЫЙ ПОДХОД В ФОРМИРОВАНИИ ЭВЕНТУАЛЬНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АРХИТЕКТОНИКИ ПИЩЕВЫХ ПРОИЗВОДСТВ**

**Аннотация.** Статья посвящена рассмотрению формирования кластерных структур в общей концепции кластерного строительства в качестве элемента генерации эвентуальных предпосылок роста и расширения диапазона конкурентных преимуществ национального промышленного потенциала, в частности – пищевых производств.

**Ключевые слова:** кластер, кластерный подход, маркетинг взаимодополнения, «тройная спираль», эвентуальность, конкурентные преимущества, пищевая промышленность

**A.M. Gubernatorov, doctor of Economics, associate Professor; M.S. Chistyakov**

*Finance of the Vladimir branch OF the Financial University under the Government of the Vladimir, Russian Federation*

**CLUSTER APPROACH IN THE FORMATION OF EVENTUAL COMPETITIVENESS OF THE ARCHITECT OF FOOD PRODUCTION**

**Abstract.** The article is devoted to the consideration of the formation of cluster structures in the general concept of cluster construction as an element of generating eventual prerequisites for growth and expanding the range of competitive advantages of national industrial potential, in particular, food production.

**Keywords:** cluster, cluster approach, marketing of complementarity, "triple helix", eventuality, competitive advantages, food industry

Институционально сетевой (кластерный подход) в формировании эвентуальных предпосылок конкурентоспособности производств народного хозяйства предполагает институциональные контуры распределительного использования ресурсов резидентами хозяйственной деятельности.

Дефиниция «кластеризация» вошла в научный классический экономический оборот и в качестве элемента в практической деятельности специалистов после ряда публикаций известного ученого М. Портера, работы которого посвящены изучению территориальной организации производственных сил в контексте их взаимосвязи с понятием конкурентоспособности.

Опираясь на многочисленные общепризнанные трактовки под семантическим значением «кластер» в пространственно-организационной концепции развития территории будем понимать конфигурационную структуру элементов на основе «выгодной целесообразности» конструктивного взаимодействия субъектов кластерной конструкции, объективно и субъективно относящиеся к одной определенной групповой принадлежности функционирования [2, 226; 3, 179].

Кластерный подход является зарекомендовавшим себя в практическом ракурсе апробированным инструментарием в развитии государства. Он применяется с целью выстраивания структуры экономики, в качестве обоснования платформы экономической политики и расширения конкурентных преимуществ на макро- и мезоуровнях. Кластеры являются «визитной карточкой» экономически и индустриально развитых государств – Бельгии, Венгрии, Дании, Индии, Италии, Канады Китая, Нидерландов, США, Японии и др. [1; 9].

Пищевая промышленность как социально значимая отрасль народного хозяйства восприимчива к вариабельности и турбулентности внешнего средового фона. Кластерный подход является фактором способствования нивелирующей минимизации таковых деструктивных проявлений внешнего средового контура, а также основой выстраивания конструктивного взаимодействия с органами федеральной и региональной власти в общей концепции противостояния внешним и внутренним угрозам и построения конкурентоспособной модели развития пищевой промышленности в качестве конструктивного партнерства. В качестве такового может стать маркетинг взаимодополнения как ключевой элемент взаимодействия на фоне возрастающей конкуренции со стороны зарубежных производителей [5; 6].

Принцип взаимодополнения – это система «отношения-действия» субъектов хозяйствования, ориентированная на удовлетворение потребностей всех взаимодействующих сторон, обеспечивающая усиление достоинств и нивелирование недостатков друг друга. Реализация принципа взаимодополнения означает обеспечение гармоничной связи между всеми субъектами системы, создающей синергетический эффект [7].

С целью достижения стратегических задач приоритетного развития пищевых производств в формате кластерной конкурентоспособной эволюции целесообразно взаимодействие в очертаниях маркетингового взаимодополнения и концепции «тройной спирали» конструктивного сотрудничества органов государственной власти, сельскохозяйственных производителей и перерабатывающей промышленности при наличии соответствующей инфраструктуры и потенциала науки и образования.

Определенные затруднения в формировании кластерных структур подобного типа могут возникнуть из-за наследия экономической модели советского периода, когда большинство территорий являлись монопрофильными по иерархическому типу. В кластере же присутствует сочетание вертикальных и горизонтальных связей, формирующее координационное управление и взаимодействие. Таким образом создается определенный потенциал синхронизации протекающих процессов в кластерной геометрии.

В результате происходит формирование промышленного кластера, представляющего собой территориально связанные между собой предприятия / организации из тесно связанных между собой отраслей экономики, взаимовлияние которых дает рост конкурентоспособности друг друга. В качестве элементов промышленного кластера выступают все компании различных отраслей экономики, между которыми существуют тесные (горизонтальные или вертикальные) экономические связи [4].

В развитии кластерной структуры значимое место занимает инновационная активность входящих в него предприятий, т.к. их размер имеет прямое соотношение с освоением инновационных технологий. Предприятия малых размеров имеют, как правило, наибольший потенциал гипотетического активного освоения инноваций, но, в свою очередь, лишены значимых финансовых и материальных возможностей в высокотехнологичном развитии. Как антипод – крупные, состоявшиеся предприятия имеют соответствующие возможности, в т.ч. необходимые производственные мощности, но не рискуют вкладывать средства в освоение новых технологий и рыночных ниш в условиях геополитической нестабильности, осложненной коронавирусной пандемией в сочетании с общемировыми экономическими турбулентными проявлениями. В этой связи конструктивно-выверенная конвергенция возможностей резидентов кластера в новых реалиях сформирует форсайт-стратегии высокотехнологичного инновационного развития кластерного конфигурата, применимая и для консолидированного взаимодействия предприятий кластерного образования пищевых производств.

В подобный кластер могут входить агропромышленные структуры, состоящие их предприятий по производству, переработке и хранению продукции тружеников села; транспортно-логистические компании и предприятия смежных отраслей. В компетенции маркетинговой службы кластера целесообразно включить формирование бренда и соответствующих атрибутов «узнаваемости и лояльности».

Включение национальных проектов (программ) в общую концепцию формирования кластеров пищевых производств будет способствовать генерации эвентуальной атмосферы расширения конкурентных преимуществ национальной промышленности. Преобразование проектов в программы дает стимул для активной работы, как это делается по ряду областей государственных приоритетов. Видятся, наряду с прекрасно реализуемой госпрограммой «Школьное молоко», инновационные программы «Хлеб с молоком», «Силос с заквасками», «Заменители цельного молока» (ЗЦМ), «Биопродукты», «Культура потребления молочных продуктов» и др.

В данном контексте актуальны положения, связанные с деятельностью Союзного государства России и Белоруссии [8, 6].

Создание учебного кластера в общей кластерной структуре будет способствовать непрерывности образования и трудовой деятельности – начиная от учебных заведений среднего профессионального образования и до аспирантуры и докторантуры, что сформирует преемственность в данной сфере и активизирует интерес обучающихся к профессиональному мастерству и росту, а также изысканиям в научном направлении.

Формирование кластерных структур различных отраслей экономики в общей концепции кластерного строительства будет способствовать обеспечению национальной безопасности Союзного государства в достижении импортонезависимости и высокотехнологичного лидерства, поддержанию оптимальных и благоприятных условий жизнедеятельности, в т.ч. через снабжение качественными и доступными продуктами питания, эвентуального средового фона способствования конкурентных позиций – как на отечественном рынке, так и на экспортоориентированных площадках.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Лаврикова Ю.Г. Кластеры: стратегия формирования и развития в экономическом пространстве региона / Ю.Г. Лаврикова. – Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2008. – 232 с.
2. Лачинина Т.А. Кластерные технологии в формировании сбалансированной социально-экономической архитектуры пространственно-территориальной структуры экономики России / Т.А. Лачинина, М.С. Чистяков // XXVI Кондратьевские чтения «Пространственный потенциал развития России: невыученные уроки и задачи на будущее: сб. науч. трудов межд. конф.; под ред. В.М. Бондаренко. – М.: Межрегиональная общественная организация содействия изучению, пропаганде научного наследия Н.Д. Кондратьева, 2019. – С. 225-229.
3. Лачинина Т.А. Кластерные технологии как необходимый элемент политики устойчивого социально-экономического развития региона / Т.А. Лачинина, М.С. Чистяков // Управление инновациями-2017: материалы межд. научно-практической конф. 13-15 ноября 2017 г.; под редакцией Р.М. Нижегородцева [и др.]. – Москва, 2017. – С. 176-181. ISBN 978-5-9997-0640-9.
4. Мигранян А.А. Теоретические аспекты формирования конкурентоспособных кластеров в странах с переходной экономикой [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://subcontract.ru/Docum/DocumShow_DocumID_171.html>. – Дата доступа: 30.07.2020.
5. Самостроенко Г.М. Маркетинг взаимодополнения в системе государственнго и муниципального управления / Г.М. Самостроенко // Современная экономика: проблемы и перспективы. – 2012. – № 3(27). – С. 93-102.
6. Самостроенко Г.М., Закиров А.И. Маркетинговый механизм обеспечения конкурентоспособности национальной промышленности / Г.М. Самостроенко, А.И. Закиров // Технология и товароведение инновационных пищевых продуктов. – 2012. – № 2(13). – С. 125-130.
7. Самостроенко Г.М. Маркетинг взаимодополнения в системе управления развитием пищевой промышленности / Г.М. Самостроенко, Е. М. Родионова // Технология и товароведение инновационных пищевых продуктов. – 2012. – № 2(13). – С. 99-104.
8. Храмцов А.Г. Инновационные приоритеты модернизации индустрии питания в парадигме нового (шестого) технологического уклада на примере молочной отрасли АПК / А.Г. Храмцов // Индустрия питания. – 2017. – № 1(2). – С. 4-11.
9. Чирков М.А. Зарубежный опыт применения кластерных технологий в инновационном территориальном развитии / М.А. Чирков, Ю.А. Дмитриев, Б.В. Карцев, М.С. Чистяков // Менеджмент и бизнес-администрирование. – 2019. – № 1. – С. 140-155.