

Г. В. Маханько (Армавир, АрГПУ). **Классификация и основные условия формирования кластеров малого предпринимательства в Краснодарском крае.**

Основоположник теории развития промышленных кластеров М. Портер, который изучил данную проблему посредством исследования конкурентных позиций более 100 отраслей различных стран, обратил внимание на то, что наиболее конкурентоспособные в международных масштабах фирмы одной отрасли обычно сконцентрированы в одном регионе [1]. Это связано с волновой природой инноваций, предопределяющей группировки наиболее конкурентоспособных компаний в перспективных отраслях.

По экспертным оценкам, в Краснодарском крае созданы наиболее благоприятные условия для развития малого бизнеса и формирования кластеров. В нем развита и крупная промышленность, и сельскохозяйственное производство, и транспортная система, и сфера отдыха, лечения и курортно-реабилитационного обслуживания населения, а также другие «точки» будущего роста. Ускоренное развитие точек роста экономики Краснодарского края и реализация региональной политики развития малого предпринимательства могут быть обеспечены дифференцированным применением мер управляющего воздействия к различным субъектам малого предпринимательства. Для этого предлагается их следующая классификация и группировка.

Первый класс субъектов малого предпринимательства в каждом из кластеров составят те из них, которые осуществляют непосредственное производство и реализацию продуктов кластеров, продажа которых обеспечивает поступления в экономический регион ресурсов извне. В туристско-рекреационном кластере — это те, кто непосредственно обслуживает туристов и продает туристические услуги.

Второй класс составляют субъекты малого предпринимательства, непосредственно обслуживающие субъектов первой класса, например, стирающие белье, ремонтирующие автомобили и обслуживающие гостиничное хозяйство, осуществляющие снабжение.

Третий класс — субъекты малого предпринимательства, непосредственно создающие инфраструктуру туризма, строящие дороги, гостиницы, производящие спортинвентарь, пищевые продукты, потребляемые на месте.

Четвертый класс составят инновационные предприятия, обеспечивающие кластер инновациями и ответственными за качественное развитие кластера. По мере роста и развития кластера инновации станут его самостоятельным продуктом, продажа которого будет более эффективна, чем реализация туристических услуг. В этом случае субъекты, производящие инновации, перейдут в первый класс предприятий. Но необходимым условием для становления этого процесса является развитие кластера как поля коммерциализации инноваций. В этот же класс предприятий войдут и те, кто будет заниматься профессиональной подготовкой (переподготовкой) кадров.

Пятый класс — субъекты малого предпринимательства, составляющие кластер деловых услуг (привлечение в кластер инвестиционных ресурсов извне), осуществляющие управление кластером.

Шестой класс субъектов малого предпринимательства составляют предприятия, не входящие в кластер, но обеспечивающие жизнь людей в сетевом регионе. Учитывая, что люди, обладающие высоким интеллектуальным и трудовым потенциалом, составляют основной ресурс кластеров, значение этого класса трудно переоценить.

Соответственно, малые предприятия всех классов, за исключением предприятий шестого класса, группируются по соответствующим кластерам — агропромышленному, туристско-рекреационному, научному и образовательному и др. Если предприятия первого и второго класса однозначно распределятся по кластерам, то предприятия третьего, четвертого и пятого кластеров будут тяготеть к кластерам, куда войдут предприятия той группы, которую они обеспечивают. При этом важным условием эффективного функционирования кластера является обеспечение пропорционального роста предприятий различных классов в его границах.

По мнению некоторых авторов [2], в геоэкономическом отношении Россия вряд ли может считаться великой державой. В настоящее время она обладает ограниченным числом регионов, имеющих незначительный опыт формирования кластеров. К ним можно отнести: Москву и Московскую область; Санкт-Петербург, выполняющий роль российского «окна в Европу»; Краснодарский край, претендующий на место лидера по привлечению инвестиций в Россию; Владивосток, на который приходится основная доля экономических оттоков, осуществляемых в рамках взаимовыгодного сотрудничества со странами АТР. Для такой большой страны, как Российская Федерация, этого явно недостаточно для того, чтобы, с одной стороны, вывести другие российские регионы на глобальный рынок в качестве значимых узлов в системе товарных, финансовых, технологических и культурных обменов, а с другой стороны, закрепить за страной значимое место в этой системе. Успешность развития России напрямую зависит от успешности ее регионального развития, вовлечения потенциала малого предпринимательства в хозяйственный оборот, от чего происходит повышение территориальной капитализации России.

В современных условиях целью развития малого предпринимательства в таком динамично развивающемся регионе, как Краснодарский край, становится рост стоимости активов, находящихся на его территории. Край должен стремиться не только к тому, чтобы наращивать объемы производимой продукции, но в еще большей мере к тому, чтобы концентрировать у себя права на нее, финансовые ресурсы и работников, обладающих ключевыми квалификациями. Другими словами, региональная государственная политика социально-экономического развития Кубани должна быть направлена на повышение ее совокупной территориальной капитализации.

Работа выполнена при поддержке РГНФ, проект № 07-02-00018а.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Портер М.* Конкуренция. М.: Вильямс, 2005.
2. *Щедровицкий П. Г.* Формула развития. Сборник статей: 1987–2005. М., 2005, с. 182–183.