

**ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ МЕЖКЛАСТЕРНОГО
ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ – ОДНО ИЗ УСЛОВИЙ ПОВЫШЕНИЯ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНА**

Аннотация. Рассматривается роль информации в региональных кластерах, приводятся возможные преимущества при формировании интегрированной системы маркетинговой информации кластера, а также описываются выявленные в ходе исследования источники маркетинговой информации для участников кластеров Пензенской области.

Ключевые слова: интегрированная система маркетинговой информации кластера, региональный кластер, источники маркетинговой информации, информационное взаимодействие участников кластеров, информационные ресурсы.

E. S. Egorova**INFORMATION SUPPORT INTERCLUSTER INTERACTIONS AS
ONE OF THE CONDITIONS FOR INCREASING
THE COMPETITIVENESS OF THE REGION**

Abstract. The article analyses the role of information in regional clusters, presents possible benefits of the formation of the integrated marketing information system of the cluster, and describes during the research identified the sources of marketing information to participants of clusters in Penza region.

Key words: integrated marketing information system of the cluster, regional cluster, the sources of marketing information, communication between clusters participants, information resources.

В рамках реализации стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 г., утвержденной распоряжением правительства РФ от 8 декабря 2011 г. № 22227-р, и Концепции долгосрочного социально-экономического развития РФ на период до 2020 г., утвержденной 17 ноября 2008 г., в регионах нашей страны в последние годы формируются инновационные кластеры предприятий в различных отраслях. Развитие кластерных структур является одним из условий повышения конкурентоспособности экономики, диверсификации регионов

и ведущих производственных отраслей страны. По мнению ученых, кластеры гораздо лучше, чем отрасли, охватывают важные связи, взаимодополняемость между отраслями, распространение технологии, навыков, информации, маркетинг. Участники кластера обладают юридической независимостью. Эффективность кластера проявляется в экономическом росте, в сохранении рабочих мест, расширении налоговой базы, в увеличении экспорта и привлечении иностранных инвестиций. Поэтому власти разных уровней зачастую становятся инициаторами создания и поддержания кластеров предприятий, поскольку они стимулируют социально-экономическое развитие мест расположения, прилежащих территорий и целых регионов [1]. В Пензенской области на данный момент при поддержке органов власти образовано пять кластерных структур: мебельный, стекольный, кондитерский, приборостроительный, биомедицинский, осуществляется работа по созданию туристического кластера.

Кластеры способствуют установлению конструктивных взаимоотношений между производственными предприятиями, научно-исследовательскими организациями, образовательными учреждениями, финансовыми учреждениями и органами власти. Всех возможных участников кластера можно разделить на шесть групп: базовые, поддерживающие, дополняющие, оказывающие влияние, вспомогательные и родственные, подробное рассмотрение которых представлено в монографии «Кластерные политики и кластерные инициативы: теория, методология, практика» [2].

Для создания инновационного продукта необходимо включение в проект представителей разных сфер деятельности. При этом конкретный отраслевой характер деятельности участников кластера не оказывает на его конкурентоспособность особого влияния, более важными являются возможности эффективного взаимодействия. При этом важным является взаимодействие предприятий, как внутри конкретного кластера, так и между представителями различных кластеров. Основой успеха кластера в таком случае является постоянная информатизация взаимодействующих элементов кластера, перечисленных выше, и постоянный масштаб преобразований в хозяйственных взаимоотношениях.

В этой связи возникают предпосылки для межкластерного информационного взаимодействия. Среди предпосылок, обуславливающих необходимость и актуальность информационного взаимодействия между кластерами, наиважнейшими являются следующие:

– необходимость обмена технологиями для их стандартизации, унификации и гармонизации (например, приборостроительный кластер внедряет и стандартизирует разработки телекоммуникационного или энергосберегающего кластера);

– необходимость коммерциализации результатов деятельности, т.е. наличие межкластерных товарно-денежных отношений (например, любой кластер потребляет канцелярские товары, которые являются результатом деятельности целлюлозно-бумажного кластера, или офисная мебель на предприятия поставляется мебельным кластером);

– необходимость информационного взаимодействия, обусловленная отношениями собственности между кластерами (например, хозяйствующий субъект, входящий в один кластер, является собственником хозяйствующего субъекта, входящего в другой кластер);

– необходимость выполнения социальных и бюджетных функций участниками кластера (например, распространение информации о благотворительной деятельности, а также информация о существенных фактах деятельности, представляемая на рынок) [3].

Помимо организации связи между разными кластерами, не менее важно создать информационное взаимодействие среди участников внутри конкретного кластера. При этом высокий уровень автоматизации внутренних функций способствует снижению непроизводительных издержек. Таким образом, внутренние связи хозяйствующих субъектов на базе единой информационной сети повышают эффективность взаимодействия между сотрудниками и оптимизируют процессы планирования, контроля и управления, а организация внешних связей с использованием информационных сетей способствует повышению эффективности взаимодействия хозяйствующего субъекта с представителями внешней среды. Поэтому возможности развития бизнеса, открывающиеся при организации и управлении межхозяйственными и межкластерными связями с использованием новых технологий и ресурсов информационных сетей, привлекают внимание многих руководителей хозяйствующих субъектов.

В связи с этим становится актуальным вопрос создания интегрированной системы маркетинговой информации (ИСМИ) кластера, являющейся необходимым связующим звеном в структуре отдельных предприятий и организаций-участников кластера. При создании ИСМИ необходимо использовать новейшие телекоммуникационные и компьютерные технологии.

В ходе анализа представленных на рынке интегрированных систем были выявлены следующие явные достоинства таких систем:

– интегрированная система обеспечивает большую согласованность действий внутри кластера, усиливая тем самым синергетический эффект, заключающийся в том, что общий результат от согласованных действий выше, чем простая сумма отдельных результатов;

– интегрированная система минимизирует функциональную разобщенность в кластере, возникающую при разработке автономных информационных систем;

– обслуживание интегрированной системы, как правило, значительно менее трудоемко, чем нескольких параллельных систем;

– число внутренних и внешних связей в интегрированной системе меньше, чем суммарное число этих связей в нескольких системах; объем документов в интегрированной системе значительно меньше, чем суммарный объем документов в нескольких параллельных системах;

– в интегрированной системе достигается более высокая степень вовлеченности персонала в улучшение деятельности организации;

– способность интегрированной системы учитывать баланс интересов внешних сторон организации выше, чем при наличии параллельных систем;

– затраты на разработку, функционирование и сертификацию интегрированной системы ниже, чем суммарные затраты при нескольких системах управления предприятием [4].

Объединение участников кластера с использованием сетевых технологий и электронного документооборота позволит:

1) оперативно обмениваться необходимой информацией о внутренней и внешней среде конкретного кластера;

2) значительно сократить время на поиск необходимой информации, получать структурированные данные по запросу;

3) избежать дублирования данных;

4) обмениваться опытом и повышать эффективность предприятий через бенчмаркинг;

5) быстро реагировать на изменения рынка.

Вышеперечисленное в свою очередь будет содействовать поддержанию конкурентоспособности кластера.

В перечень информационных ресурсов подобной системы, по мнению автора, должно входить:

– научная и техническая информация по проблемам развития кластеров, примеры развития подобных кластеров на федеральном и мировом уровнях;

– научная и техническая информация о передовых высокотехнологичных разработках, соответствующих профилю конкретного кластера;

– теоретическая научная информация в области кластеризации, развития инновационной среды и их информационного обеспечения, необходимая для выработки государственной экономической и научно-технической политики и проведения научных исследований в указанных сферах;

– государственные нормативные правовые акты и решения в области кластеризации и информационного обеспечения кластерных процессов;

– информация об основных государственных целевых индикаторах и международных приоритетах в сфере инновационной кластеризации, а также о национальных приоритетах научно-технического развития;

– перечни национальных критических технологий и связанных с ними кластерных проектов;

– информация о научно-технических конкурсах и инвестиционных тендерах в области кластерного развития;

– индикаторы инновационной активности кластеров;

– сведения о существующих формах организационно-административной поддержки инновационных кластерных проектов на национальном и региональном уровнях;

– деловая коммерческая информация, а также информация маркетингового и рекламного характера (данный информационный раздел включает оперативную информацию, связанную с функционированием конкретного кластера, т.е. информацию о внутренней и внешней среде. Ее наполнение варьируется в зависимости от сферы деятельности и потребностей участников кластера).

В ходе проведения исследования были выделены источники информации, используемые на данный момент участниками существующих кластеров в Пензенской области (рисунок 1). Данные источники были условно разделены на официальные и неформальные.

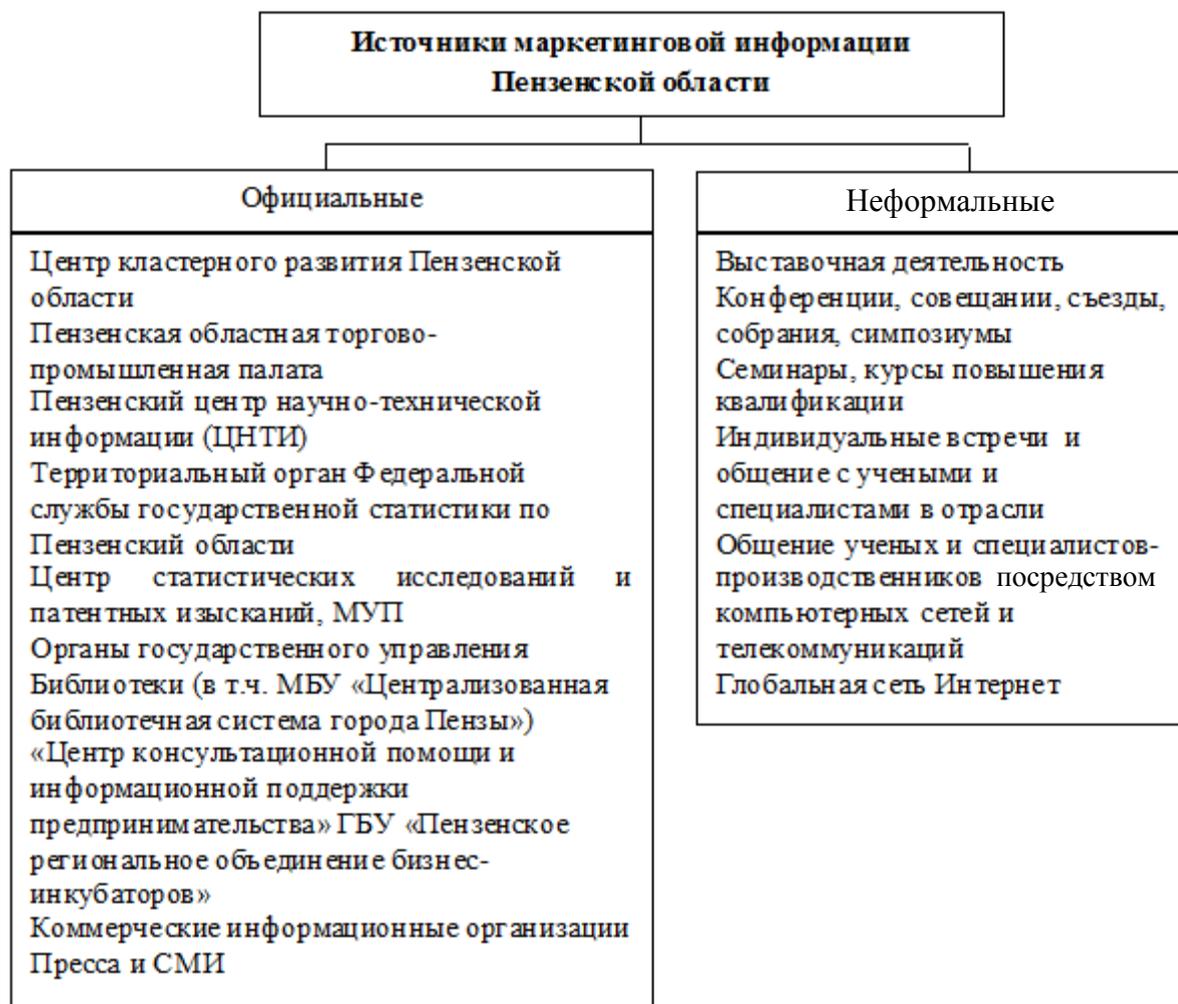


Рисунок 1 - Источники маркетинговой информации в Пензенской области (разработано авторами)

Организация информационного обеспечения маркетинга является одной из важных задач современного управления экономикой региона. Однако современная структурная организация информационного обеспечения маркетинга организаций Пензенской области отлична от системы. Исследуя представленные источники информации, можно выделить общие характерные недостатки, с которыми приходится сталкиваться специалистам по маркетингу и информационному обеспечению на предприятиях:

- дублирование научных и исследовательских работ в области маркетинга;
- неэффективное использование фондов научной литературы по вопросам маркетинга;
- избыточность как первичной внешней, так и вторичной информации;
- снижение доступа специалистов одной организации к достижению другой.

Все это приводит к неэффективному использованию рабочего времени из-за его потерь на поиск необходимой маркетинговой информации, а порой даже приводит к невозможности нахождения этой информации. ИСМИ региона позволит ликвидировать эти пробелы и создать эффективное информационное пространство кластера, что повлечет за собой продуктивное взаимодействие предприятий-участников кластеров, создание инновационных проектов и, как следствие, увеличение конкурентоспособности региона в целом.

Также в ИСМИ наряду с собственно организацией связи между участниками кластера необходимо предусмотреть внедрение современных систем учета и документооборота, систем управления базами данных и прочих составляющих современного электронного офиса. Значительного внимания потребует вопрос безопасности информации как личной (отдельного участника кластера), так и общедоступной.

В заключение хотелось бы отметить, что проектирование и внедрение ИСМИ регионального кластера Пензенской области несомненно требует больших средств: организационных, финансовых, материально-технических и т.д. Поэтому необходимо разработать несколько алгоритмов формирования системы до принятия решения о запуске проекта, что позволит провести экономическое обоснование его целесообразности, снизить все виды затрат, повысить результативность проектного решения.

Библиографический список

1. Лисин М. Н. Кластерная теория в условиях усиливающейся глобализации. – URL: <http://sociosphera.ucoz.ru/Arhivs/2011/Sociosphera> _
2. Егорова Е. С. Теоретические аспекты формирования интегрированной информационной системы кластера. Кластерные политики и кластерные инициативы: теория, методология, практика: монография / под ред. Ю. С. Артамоновой, Б. Б. Хрусталева. – Пенза : ИП Тугушев С. Ю., 2013. – С. 69–70.
3. Французов А. Ю. Разработка системы показателей эффективности межкластерного информационного взаимодействия хозяйствующих субъектов. – URL: <http://www.morvesti.ru/archiveTDR/>
4. Егорова Е. С. Предпосылки формирования интегрированной системы маркетинговой информации кластера // Университетское образование : сб. ст. XVI Междунар. науч.-метод. конф. – Пенза, 2013.

References

1. Lisin M. N. Klasternaja teorija v uslovijah usilivajushhejsja globalizacii. – URL: <http://sociosphera.ucoz.ru/Arhivs/2011/Sociosphera> _
2. Egorova E. S. Teoreticheskie aspekty formirovanija integrirovannoj informacionnoj sistemy klastera. Klasternye poli-tiki i klasternye iniciativy: teorija, metodologija, praktika: mo-nografija / pod red. JU. S. Artamonovoj, B. B. Hrustaleva. – Penza : IP Tugushev S. JU., 2013. – S. 69–70.
3. Francuzov A. JU. Razrabotka sistemy pokazatelej jeffektivnosti mezhklasternogo informacionnogo vzaimodejstvija hozjaj-stvujushhih sub#ektov. – URL: <http://www.morvesti.ru/archiveTDR/>
4. Egorova E. S. Predposylki formirovanija integrirovannoj sistemy marketingovoj informacii klastera // Universitetskoe obrazovanie : sb. st. XVI Mezhdunar. nauch.-metod. konf. – Penza, 2013.

Информация об авторе

Егорова Екатерина Сергеевна – старший преподаватель, кафедра коммуникационного менеджмента, Пензенский государственный университет, 440026, г. Пенза, ул. Красная 40, Россия, e-mail: katepost@yandex.ru

Author

Egorova Ekaterina Sergeevna – senior lecturer, department of Communication Management, Penza State University, 40 Krasnaya Street, Penza, 440026, Russia, e-mail: katepost@yandex.ru