

3. Фомин О.Н. Столкновение электоральных групп в пространстве российской политической культуры // Вестник ПАГС. 2012. № 1. С. 78–85.

4. Пиеворский А. Демократия и рынок: Политические и экономические реформы в Восточной Европе и Латинской Америке. М., 1999.

5. Россияне о политической оппозиции. URL: <http://www.levada.ru/17-06-2014/rossiyane-o-politicheskoi-oppozitsii>

6. Политическая оппозиция. Влиятельна ли в России политическая оппозиция? 27 октября 2014 г. URL: <http://fom.ru/Politika/11785>

7. Волков Д. Российское протестное движение в зеркале социологии. URL: <http://www.levada.ru/18-10-2012/rossiiskoe-protestnoe-dvizhenie-v-zerkale-sotsiologii-d-volkov>

I.I. Bryantsev
The Role of Holding Companies
in the Establishment
of Regional Industrial Clusters

The strategy of large holding companies development, associated with providing technological process control, is analyzed. It is proved that the development of these trends leads to the creation of preconditions for integration processes aimed at the formation of regional industrial clusters.

Key words and word-combinations: holdings, investment strategy, systems analysis, production cluster.

Анализируется стратегия развития крупных холдинговых компаний, связанная с обеспечением контроля технологического процесса. Обосновывается, что развитие этих тенденций приводит к созданию предпосылок для интеграционных процессов, направленных на формирование региональных производственных кластеров.

Ключевые слова и словосочетания: холдинги, инвестиционная стратегия, системный анализ, производственный кластер.

УДК 658.114

ББК 65.292

И.И. Брянцев

РОЛЬ
ХОЛДИНГОВЫХ
КОМПАНИЙ В СОЗДАНИИ
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ
КЛАСТЕРОВ

В рамках методологического подхода пространственно-временной типологии системных объектов, разработанного Г.Б. Клейнером [1], сформулирована рабочая гипотеза о том, что применение ее к исследованию холдинга позволит рассмотреть его как сложную социально-экономическую систему, которая будет иметь набор собственных характеристик его локализации и объединять в себе в определенных долях те или иные типы систем, одна из которых будет иметь преобладающее значение и влияние [2].

Холдинг как экономическая система представляет собой устойчивую в пространстве и во времени целостную и внутренне единую часть глобального социально-экономического пространства, выделяемого исследователем по пространственным и функциональным признакам. Эта система находится в посто-

янном взаимодействии с внешней средой. Динамично изменяющиеся внешние факторы воздействия актуализируют для холдинга задачу формирования механизмов устойчивого развития и повышения его конкурентоспособности. В качестве одного из аспектов повышения конкурентоспособности может быть рассмотрен характер интеграционных процессов, в которых он участвует. Особое значение интеграционные процессы приобретают, когда конкурентоспособность холдинга зависит от конкурентоспособности его производственных дивизионов, выпускающих конечную потребительскую продукцию. Деятельность холдинга обуславливает консолидацию всей технологической производственной цепи от производства и получения сырья до выпуска готовой продукции. При этом интеграционные процессы внутри холдинга обеспечивают повышение технологического уровня производства.

Развитие крупных холдинговых компаний определяет необходимость активного воздействия как на его сегмент, связанный с получением и производством сырья, так и на инфраструктуру, обеспечивающую сбыт готовой продукции. Реализация холдингами такой стратегии создает предпосылки для развития инновационных управленческих технологий, связанных с интеграцией в рамках кластера. При этом крупные холдинги, контролирующие всю цепочку от производства сырья, выпуска и сбыта готовой продукции, становятся инициаторами и своеобразными центрами, инициирующими процесс формирования кластеров.

Исследование холдинга в зависимости от характера его локализации во времени и пространстве позволяет выявить особенности и степень соотнесенности с типами систем. Во-первых, холдинг, как система объектного типа, имеет четкие границы в пространстве, безотносительно его временных границ. В качестве таких границ могут выступать границы расположения его ресурсообеспечивающих (сырьевых), производственных и сбытовых дивизионов. Во-вторых, средовая специфика системы не имеет локализации ни во времени, ни в пространстве, и для холдинга, как экономической системы, она характеризуется степенью специализации его дивизионов и условиями конкуренции. В-третьих, процессные особенности системы связаны с локализацией во времени и нелокализovanностью в пространстве, и для холдинга их можно соотнести с приоритетами сбыта продукции и уровнем спроса. Четвертый проектный аспект системы, связанный с локализацией в пространственном и временном масштабе, характеризуется возможностями региона расположения холдинговых дивизионов и факторами производственных процессов в них.

Холдинг как экономическая система осуществляет свою деятельность в сфере производства, потребления, распределения и обмена в конкретных пространственных границах. В соответствии с методологическим подходом Клейнера он относится к системам объектного типа [3].

Объектная сущность холдинга определяется через параметры, которые отвечают за устойчивое и стабильное функционирование в границах его деятельности. Определение проектных параметров позволяет характеризовать возможности холдинга, привносить локальные изменения и инновации. Регистрация процессных параметров показывает возможности решать задачи по распределению

потоков благ. Параметры, характеризующие средовые аспекты, позволяют оценить возможности холдинга по консолидации социально-экономического пространства. Совокупность этих параметров способна максимально проявиться при анализе роли холдинговой компании в интеграционных процессах создания и функционирования региональных производственных кластеров.

Характерной особенностью современного этапа развития экономики России в целом и региональных экономик ее субъектов является создание и функционирование промышленных кластеров. Субъекты, которые создают благоприятные условия для формирования кластеров, выходят на ведущие позиции в экономическом развитии территорий, а для страны в целом способны обеспечить повышение уровня ее конкурентоспособности. Для экономики России это особенно актуально в связи с тем, что она вошла в систему межстрановых экономических отношений по стандартам ВТО.

Основоположник кластерной модели анализа индустриально-производственных процессов в экономических системах М. Портер обозначает и характеризует непосредственную взаимообусловленность кластерных интеграционных процессов с конкурентоспособностью бизнес-структур и целых отраслевых промышленных комплексов. М. Портер дал определение кластера как «сконцентрированной группы взаимосвязанных компаний в соответствии с географическим признаком, а также специализированных поставщиков, поставщиков услуг, предприятий в соответствующих отраслях и вовлеченных в их деятельность учреждений в определенных областях, на основе свободной конкуренции в рамках совместной деятельности» [4]. Следовательно, кластер можно рассматривать как систему объектного типа.

Для дальнейшего анализа деятельности холдинга как экономической системы по инициированию процессов формирования кластера необходимо обозначить принципы и подходы к оценке факторов внешней среды. В качестве факторов внешней среды рассмотрим так называемые «внешние экономики» в виде доступности квалифицированной рабочей силы, динамичного развития сопутствующих отраслей и наличия специализации у внешних предприятий в соответствии со стадиями и сегментами производственных процессов [5].

Применение данной методики позволяет отслеживать процессы, связанные с производственной специализацией в рамках локально обособленных экономических пространств, и выявлять намечающиеся тенденции по определению процессов, имеющих между собой социально-экономические взаимосвязи, влияющие на процессы регионального развития.

Матрица параметров, которая способна устанавливать возможности холдинга как экономической системы, и инициировать процессы формирования региональных производственных кластеров, таким образом, будет состоять как из параметров, характеризующих сам экономический объект, так из параметров, характеризующих внешнюю среду.

К параметрам матрицы, характеризующим объект, можно отнести: уровень управленческой корпоративной культуры (система внутреннего регламентирования и принятая деловая практика); стратегию холдинга; затраты на рабочую силу и ресурсы; возможность удовлетворять запросы местных потребителей;

возможности по развитию партнерских отношений с предприятиями родственного производственно-сбытового профиля и ресурсообеспечения.

К параметрам внешней среды принадлежат: гражданско-правовые отношения; набор показателей, определяющих уровень конкурентных отношений; рыночная стоимость рабочей силы и ресурсов; наличие потребительского спроса на местном уровне; наличие предприятий родственного производственно-сбытового профиля и ресурсообеспечения.

Холдинг, инициируя процесс создания кластера, запускает процессы, обуславливающие формирование и развитие в рамках экономического пространства системы вертикальных связей. К вертикальным связям можно отнести приобретение необходимых ресурсов и сбыт готовой продукции посредством механизма купли-продажи, а к горизонтальным – связи, возникающие на уровне предприятий исходя из специфики их производственной взаимовыгодной специализации и использования технологий. Эти взаимосвязи будут в рамках используемой методологии регистрироваться набором процессных параметров, характеризующих возможности системы решать задачи распределения потоков благ. В качестве таких параметров выступают социальные отношения и сетевые взаимодействия предприятий.

Применим рассмотренную методологию к анализу деятельности конкретной холдинговой системы. Одним из таких субъектов экономики региона является холдинговая компания «Солнечные продукты». В структурно-организационном плане этот холдинг представляет собой вертикально интегрированную компанию, которая реализует свою бизнес-активность в различных секторах экономики. Основные направления деятельности: производство майонезов и соусов; производство специализированных промышленных маргаринов и жиров; производство фасованных маргаринов; производство мыла и технической продукции; фасовка бутилированного растительного масла; производство подсолнечного масла для промышленных переработчиков; приемка-хранение-отгрузка семян подсолнечника и зерновых; зернотрейдинг.

В холдинговую компанию «Солнечные продукты» входят: Саратовский жировой комбинат, Московский жировой комбинат, Новосибирский жировой комбинат, Аткарский маслоэкстракционный завод, МЖК «Армавирский», Элеваторхолдинг, троллейбусный завод «Тролза» в г. Энгельсе и кондитерский дом «Конфэшн». Холдинг занимает второе место по объему переработки подсолнечника в стране, является первым по производству хозяйственного мыла в СНГ и вторым по производству маргариновой продукции в России. В компании работают около пяти тысяч сотрудников [6].

Анализируя стратегию развития компании, следует отметить, что основной вектор управленческих действий определялся курсом на адаптацию входящих в нее бизнес-единиц к постоянно изменяющимся условиям внешней среды. При этом ставка делалась на постоянное обновление и модернизацию производственных мощностей, удовлетворяющих современному мировому уровню, на повышение эффективности и рентабельности как отдельных бизнес-единиц холдинга, так и всей системы в целом. Эффективность менеджмента в рамках созданного интеграционного объединения можно оценить по уровню эконо-

мического состояния отдельных производств до и после их вхождения в холдинговую компанию. Так, в 1998 г. Саратовский жировой комбинат как самостоятельное производство пребывал в кризисном экономическом состоянии, выпуск продукции составлял 300 тонн маргарина и 600 тонн майонеза в месяц. После вхождения его в состав холдинга стала активно проводиться модернизация производства и расширяться география сбыта его продукции. В настоящее время Саратовский жировой комбинат как бизнес-единица холдинга «Солнечные продукты» производит до 26 тыс. тонн маргарина, 3200 тонн майонеза и 2900 тонн мыла в месяц. Такой объем выпуска продукции вывел его на второе место по производству масложировой продукции в России [7].

Данное направление деятельности холдинга способствовало процессу его успешной интеграции в мировое экономическое пространство. Рынок сбыта продукции представлен такими странами, как Германия, США, Израиль, Китай, Литва и Грузия. Стратегия на реализацию инновационных технологий на основе постоянной модернизации производственного процесса, увеличения производственных линий и оптимизации управленческого процесса дает позитивные результаты в повышении авторитета холдинговой компании на региональном, общероссийском и международном уровнях.

Обновление и модернизация производства в рамках созданного холдинга имели системный характер и коснулись всех его бизнес-единиц. Например, суточная производственная мощность Аткарского маслоэкстракционного завода в 2001 г. находилась на уровне 350 тонн маслосемян в сутки, а после проведенных в рамках холдинга преобразований (инвестиции, оптимизация менеджмента) эта бизнес-единица холдинга стала занимать второе место в России по показателю перерабатываемого сырья, выйдя в настоящее время на уровень в 1800 тонн маслосемян в сутки. Рассматривая деятельность этого структурного элемента холдинга во внешнем пространстве его социально-экономического существования, следует отметить, что устойчивое и динамичное развитие позволило ему стать градообразующим предприятием на территории своего функционирования.

Еще одно предприятие, троллейбусный завод «Тролза», действует на территории Саратовской области в г. Энгельсе. До интеграции в качестве бизнес-единицы холдинга оно находилось в кризисном экономическом состоянии, несмотря на то что руководством предприятия прилагались усилия по активизации производственной деятельности: расширялся перечень выпускаемых товаров, непрофильных для данного предприятия, в надежде получить устойчивый рынок сбыта за счет товаров народного потребления (ведра, столы, автомобильные принадлежности и т.д.), но это не смогло решить проблему устойчивого экономического развития предприятия. После вхождения завода в состав холдинга 2003 г. у него как бизнес-единицы появились новые финансовые и организационные возможности: проведена модернизация производства и начат выпуск новых моделей профильной продукции, которые сразу же стали востребованными на рынке. Новые модели изначально были ориентированы на соответствие жестким стандартам и современным требованиям международного рынка, особенно в части экологии и социальной значимости (повышенная вместимость и доступность для людей с ограниченными физическими возможно-

стями). В результате проведенной модернизации предприятия в настоящее время его доля на российском рынке производства троллейбусов стала составлять 63%.

Таким образом, все предприятия, вошедшие в холдинг, получили новые возможности по производству, сбыту и расширению географии размещения своей продукции, особенно на международном рынке, за счет оптимизации и повышения качества менеджмента в рамках холдинговой компании.

Поиск новых организационных форм управления бизнес-процессами является отличительной чертой холдинговых компаний, которые ориентированы на оптимизацию управленческих расходов и привлечение дополнительных финансовых ресурсов. В качестве еще одного примера, иллюстрирующего это направление деятельности, можно рассмотреть проект, разработанный анализируемой холдинговой компанией, создания на территории Саратовской области частного индустриального парка с частичным финансированием при поддержке со стороны государства. Такое решение было озвучено на заседании Совета по инвестициям при губернаторе Саратовской области. Спецификой предложенного холдингом проекта также является его международная интеграционная составляющая, так как над реализацией проекта работают уже шесть крупных предприятий, а в 2015 г. количество участников дополнится четырьмя предприятиями, среди которых будут международные компании [8].

Анализируя возможности холдинговых компаний по активизации интеграционных процессов как на региональном, так и на международном уровне, интересно рассмотреть самооценку, которую делают руководители холдингов: «Крупные холдинги, такие как «Солнечные продукты», полностью готовы к условиям ВТО. Благодаря программам поддержки крупных перерабатывающих компаний в последнее время заметно выросла и конкурентоспособность фермерских хозяйств. Например, холдинг «Солнечные продукты» активно развивает сельхозпроизводителей Саратовской области» [9].

Оценивая роль холдинга в инициировании формирования регионального отраслевого кластера, отметим, что перспективы отрасли, связанной с производством масложировой продукции, напрямую обусловлены развитием системы обеспечивающих и родственных отраслей в агропромышленном комплексе региона в пределах единого регионального производственного кластера.

Региональные кластерные системы позволяют обеспечивать внедрение инновационных управленческих моделей, способных повысить эффективное использование существующих ресурсов и сглаживать негативные факторы внешней среды. Что касается приведенного примера деятельности масложирового холдинга и формирования соответствующего кластера, то наметившиеся тенденции свидетельствуют о формировании в отрасли системы экономических отношений, благоприятно влияющих как на производителей сырья, так и на предприятия, занимающиеся его переработкой. Кластерный подход, реализуемый в данной отрасли на основе интеграционных процессов, позволяет осуществить единую инвестиционную стратегию, что, как отмечалось в рамках рассмотренной модели, будет выступать одной из важных объектных характеристик кластерной системы, позволяющих оценивать уровень конкурентоспособности отраслевых предприятий агропромышленного комплекса региона и его инвестиционную привлекательность.

Библиографический список

1. Клейнер Г.Б. Системная парадигма и экономическая политика / Общественные науки и современность. 2007. № 2. С. 141–149.
2. Брянецев И.И. Предпосылки создания холдинговых структур: анализ теоретико-методологических подходов // Вестник ПАГС. 2015. № 1 (46). С. 115–121.
3. Клейнер Г.Б. Системная организация экономики и концепция российской модернизации // Экономика образования. 2011. № 3. С. 34–40.
4. Портер М. Конкуренция / пер. с англ. М., 2000.
5. Маршалл А. Принципы экономической науки / пер. с англ. М., 1993. Т. 1–3.
6. О холдинге. URL: <http://solpro.ru>
7. Антонов С. «Букет» признанных достоинств // МК в Саратове. 2013. 18–25 дек.
8. Орлов А. Предмет для глубоких дискуссий. URL: <http://www.stroysar.ru/predmet-dlja-glubokih-diskussij/>
9. Вступление России в ВТО: перспективы масложировой отрасли. URL: nkoarmp.org/vstuplenie-rossii-v-vto-perspektivy-maslozhirovoj-otrasli/

T.V. Bakhareva
New Resources of a Company
in Today's Economy

The author analyzes the implicit knowledge and informal networks as new resources of modern firms. It is proved that modern companies use them as an economic resource to reduce transaction costs, transform the information assets into knowledge assets, and raise the professional quality of staff.

Key words and word-combinations: company, informal institutions, memocomplexes, implicit knowledge, informal networks.

Анализируются новые ресурсы современной фирмы, в качестве которых рассматриваются неявное знание и неформальные сети. Доказывается, что современные фирмы используют их в качестве экономического ресурса, обеспечивающего снижение транзакционных издержек, редукцию информационных активов в знаниях, повышающие профессиональные качества персонала.

Ключевые слова и словосочетания: фирма, неформальные институты, мемокомплексы, неявное знание, неформальные сети.

УДК 658.152
ББК 65.291.5

Т.В. Бахарева

**НОВЫЕ РЕСУРСЫ ФИРМЫ
В УСЛОВИЯХ
СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ**

Современная экономика, трактуемая как экономика постиндустриального типа и характерная для более высокой стадии развития общества, обуславливает иные условия деятельности хозяйствующих субъектов, и прежде всего фирмы. Постиндустриализация, первой ступенью которой является информационная экономика, а затем базирующаяся на ней экономика, основанная на знаниях, объективно связана с переориентацией на иные ресурсные направления и приоритеты. Расширение ресурсных возможностей такого субъекта экономики как фирма, позволяет ей использовать в хозяйственной деятельности уникальные новые ресурсы, в качестве которых, на наш взгляд, могут выступать неявные знания и неформальные сети.