



Фадей СУБОЧ

*ведущий научный сотрудник
Института системных исследований в АПК НАН Беларуси,
кандидат технических наук*

Конкурентоспособность кластерной продовольственной системы

Продолжающийся мировой финансово-экономический кризис негативно отразился на экономическом состоянии многих стран. Практика применения инновационных технологий на кластерной основе для этих государств, несомненно, имеет антикризисный характер. В то же время кластеры можно рассматривать и в качестве инструментов, обеспечивающих реализацию антикризисной экономической стратегии в регионах. При осуществлении последней антикризисный характер кластеров непосредственно определяется уровнем конкурентоспособности как всей создаваемой данными объединениями продовольственной системы, так и входящих в ее состав предприятий и организаций. Кроме того, кластеры должны быть ориентированы на предложение конкурентоспособных, пользующихся спросом продуктов, товаров и услуг.

К вариантам формирования кластеров на региональном уровне, определяющим особенности их организационной поддержки, целесообразно отнести практику создания особых экономических зон (кластерообразующих платформ), позволяющих обеспечивать кооперацию взаимодополняющих структур.

Как показывает мировой опыт, к положительным эффектам кластерной стратегии в первую очередь следует отнести:

высокую инновационную продуктивность кластеров, способствующую включению планов их создания в состав большинства современных инновационных программ (как общенациональных, так и региональных);

обеспечение конструктивного диалога между властью, предпринимательской средой, а также научно-исследовательскими, учебными и прочими организациями;

создание новых рабочих мест в результате проявления присущих многим кластерам различных мультипликативных эффектов [1, 2, 3].

Процесс формирования кластеров нацелен на повышение качества сельхозпродукции и экономию ресурсов (материальных, интеллектуальных, информационных и временных), привлекаемых для реализации конкретных проектов или программ на всех стадиях жизненного цикла товаров – от разработки и производства до модернизации. Их осуществление, требующее наличия производств, отличающихся гибкостью бизнес-процессов, связано с использованием новых подходов, концепций и методологий, направленных как на снижение издержек, так и на усиление инновационной конкурентоспособности кластерных продовольственных систем.

Отметим, что инновационный потенциал той или иной территории в конечном итоге определяется наличием у местных предприятий возможностей для создания и продвижения на внутреннем и внешнем рынках новой, более конкурентоспособной продукции. Данное утверждение обусловлено тем, что мы считаем кластер надорганизационной стратегической сетью, обеспечивающей внутри- или межотраслевое взаимодействие структур агропромышленного комплекса, которая не только объединяет ресурсы и ключевые компетенции отраслевых предприятий, но и способствует увеличению инновационной конкурентоспособности всей кластерной продовольственной системы.

Нами сформулировано понятие инновационной трансформации кластерного институционального пространства продовольственной системы ЕАЭС, способной осуществлять свое последовательное качественное преобразование путем совершенствования структуры, обновления состава ключевых технологических элементов и изменения характера их взаимодействия на всех уровнях кластерообразующей платформы.

Последняя представляет собой институциональное пространство широкого диапазона и сложной структуры, создаваемое для роста и развития существующих в конкретном регионе специализированных цепочек производства высокотехнологичной продукции (кластерных образований, участниками которых являются относящиеся к стратегически важным отраслям структуры).

Поясняя данное определение, следует отметить два существенных обстоятельства, которые необходимо учитывать при формировании кластерообразующих платформ продовольственной системы.

1. Каждая из данных платформ должна быть разделена на несколько кластерных образований в целях пропорционального развития региона и смежных территорий. Это позволит одновременно диверсифицировать возможные риски и увеличить доли нематериальных активов предприятий.

2. Применение дифференцированного (индивидуального) подхода к распределению преимуществ внутри кластерообразующей платформы даст возможность стимулировать различные направления деятельности в зависимости от их приоритетности, которая, в свою очередь, определяется характером процесса трансформации продовольственной системы.

Основным направлением вектора реализации и поддержки инновационной деятельности кластерообразующих платформ становится реструктуризация национальной инновационной системы (НИС), которая должна осуществлять инновационное развитие посредством инвентаризации новых знаний, выявления соответствующих компетенций, формирования инфраструктуры для поддержки осуществляющих профильную деятельность субъектов. Основной трудностью при модернизации НИС является то, что ее институты не могут быть созданы директивно: их формирование представляет собой результат достаточно длительного взаимодействия, осуществляемого в ходе продвижения инноваций.

В рамках национальной экономики эффективность инновационных процессов зависит не только от того, насколько успешна деятельность различных фирм, научных организаций, всевозможных инновационных структур, но и от того, как они взаимодействуют между собой в качестве элементов единой системы, создающей и использующей знания.

С учетом данного обстоятельства в рамках национальной инновационной системы должны быть установлены устойчивые взаимодействия между ее элементами. Это позволит гарантировать чувствительность НИС к новым знаниям, а также сформировать устойчивые позиции для использующих их предприятий, которым будет обеспечен равный и адекватный доступ к инновационной инфраструктуре.

В ходе исследования нами установлено, что описанные выше взаимодействия характерны для экономики, направленной на сокращение транзакционных издержек и передачу знаний при сохранении целостности продовольственной системы в рамках кластерообразующей платформы. При этом последняя, генерируя инновационные изменения, создает в упомянутой системе внутренний источник для ее развития и перехода в новое качественное состояние. Кластерообразующая платформа представляет собой сформированное в результате взаимодействия нескольких кластерных образований институциональное пространство широкого диапазона и сложной структуры, создаваемое для расширения и развития существующих в определенном регионе специализированных

цепочек, включающих относящиеся к стратегически важным отраслям предприятия, производящие высокотехнологичную продукцию.

Предложенная нами новая научная категория «инновационное взаимодействие кластерообразующих платформ продовольственной системы» описывает системообразующее проникновение инноваций в реальную экономику. Упомянутое взаимодействие представляет собой процесс, который направлен на реализацию инновационных решений в кластерном институциональном пространстве продовольственной системы ЕАЭС.

Инновационные взаимодействия возникают в период направленного развития продовольственной системы, характеризующийся переходным (неравновесным) состоянием, обусловленным развитием и осуществлением инновационной деятельности. Доминирующими объектами связанных с последней отношений являются касающиеся продуктов и процессов разработки; качество упомянутой системы определяется уровнем ее инновационности (восприимчивости к новому знанию).

Рассмотрение влияния на инновационное развитие механизмов государственного регулирования выявляет два взаимозависимых направления их воздействия, первым из которых является формирование и развитие продовольственной системы, вторым – поиск в рамках последней перспективных решений. В институциональной теории неопределенность результата (даже при устойчивости организационных процедур) определяют инновации. Очевидно, что наиболее комфортные условия для продвижения последних создают кластерообразующие платформы, действия участников которых взаимосогласованы.

В ходе исследования нами установлено, что прямое взаимодействие между образующими упомянутые платформы структурами происходит прежде всего на рынке, а его участниками являются продавцы и покупатели. Источниками внутрикластерных взаимоотношений со стороны продавцов являются ресурсы и умения (в терминах ресурсного подхода – ключевые компетенции людей или организаций). Индивид, обладая определенными компетенциями, может продать свой труд на рынке достаточно быстро и эффективно. Располагающая ими фирма в состоянии на какой-то период времени монополизировать определенный сегмент рынка и работать на нем без значительных затрат.

Рассматривая ключевые компетенции как способность осуществлять те или иные виды деятельности, можно отнести к их числу формирование знаний. Для локальных участников кластерообразующей платформы проектирование взаимодействия является процессом поиска компромисса. Укажем, что между государством и входящими в национальную продовольственную систему структурами, кроме прямого взаимодействия, происходят также регулируемое и косвенное, не всегда осуществляемые на рыночных условиях.

Следует также отметить, что объективным источником возникновения взаимодействий являются ресурсы, использование которых допустимо при наличии соответствующих компетенций. В то же время использование не подкрепленных компетенциями ресурсов не всегда является результативным. В идеальном случае взаимодействие возникает при наличии соответствующих компетенций у продавцов и покупателей. Конечно, с точки зрения практического агрегирования компетенций создание модели рынка удобнее, чем проведение исследования индивидуальных компетенций потребителей. Кроме того, несмотря на признание важности локального взаимодействия, максимальный доход приносит то, которое имеет институциональный характер.

При наличии нескольких компетенций актуальной становится задача выбора среди них тех, которые наиболее эффективны с финансовой точки зрения. Компетенции, которые лягут в основу будущих проектов кластерообразующих платформ, дающих максимальную рентабельность, должны развиваться в первую очередь, обеспечивая тем самым устойчивость субъектов хозяйствования. Поэтому в систему отбора ключевых компетенций для проектирования контрактов следует включить и цену капитала. Целесообразно также выделять традиционные и инновационные взаимодействия.

Более глубокое изучение вопросов, связанных с ключевыми компетенциями, позволяет сделать вывод о том, что традиционное взаимодействие не следует рассматривать в качестве достаточно устойчивого или экономически обоснованного, так как его наличие чаще всего основано на нерыночном привлечении ресурсов и характерно для отраслей со слабой конкуренцией. В то же время

данный тип взаимодействия не является воспроизводственным, поскольку его результаты сосредоточиваются преимущественно в секторе потребления. Это говорит о том, что выделить инновационную деятельность или измерить ее зачастую не представляется возможным даже на уровне обобщений законодательного порядка. Началом инновации является новая компетенция, в момент возникновения которой нельзя утверждать, ключевая она или нет. Для ее реализации на рынке должно возникнуть взаимодействие, которое завершится заключением контракта. Если последний успешен, то организация осуществляет его реализацию. Чтобы инновационное взаимодействие было устойчивым, необходимы особые организационные решения, реализуемые в рамках кластерообразующей платформы.

Последняя включает в себя всю совокупность необходимых мер по формированию и поддержанию различных инновационных взаимодействий – организационных, финансовых, юридических, маркетинговых, кадровых, социально-экономических, информационных. Кластерообразующая платформа, представляя собой целостный проект по реализации конкретной схемы, не выполняет функций, входящих в компетенцию только одного из взаимодействующих субъектов (таких, как осуществление государственной или иной поддержки).

Ввиду необходимости наличия кластерообразующих платформ как инновационных институтов нами сформулированы приведенные ниже критерии устойчивости инновационных взаимодействий:

когда упомянутые институты создаются, то взаимодействие неустойчиво и его нужно поддерживать;

с формированием институтов инновационное взаимодействие становится устойчивым.

Осуществляемые подразделениями кластерообразующих платформ комплексные меры по поддержке и реализации новых проектов должны соответствовать определенным требованиям (в частности, быть согласованными). Поэтому в идеале каждому варианту инновационного взаимодействия соответствует своя платформа. Очевидно, что в рамках рассматриваемых объединений необходимо обеспечивать целенаправленное принятие решений, соответствующих изменениям на рынках. Следовательно, признаком, свидетельствующим о наличии на последних уже сложившихся взаимодействиях, должно являться создание особых экономических зон.

В кластерообразующих платформах продовольственной системы можно выделить предприятия, имеющие высокий, средний и низкий потенциалы для формирования инновационных кластерных проектов. Отбор последних должен проводиться под те предприятия-лидеры, поддержка которых может оказать положительное влияние на развитие конкретной платформы и относящихся к ней хозяйствующих субъектов. Выбор организационных мер государственной поддержки и методов долевого финансирования упомянутых проектов предлагается осуществлять на основе организационно-финансовой схемы взаимодействия (системы взаимоотношений между предприятиями-лидерами и прочими хозяйствующими субъектами, тесно кооперирующимися с ними).

Механизм формирования регионального инновационного комплекса разработан нами с учетом наличия различных видов инновационного взаимодействия между местными субъектами кластерообразующих платформ, способствующего интеграции структур несхожих форм. Последняя рассматривается как проявление воздействия стимулирующих системообразующих факторов, усиливающих стремление хозяйствующих субъектов действовать в рамках единого регионального инновационного комплекса, реализовать принцип максимальной интегративности и, соответственно, обеспечивать эффективное использование всего имеющегося научного, инновационного, кадрового и материально-технического потенциала для производства высокотехнологичной, конкурентоспособной, востребованной на рынке продукции.

Следует отметить, что продовольственная система ЕАЭС представляет собой динамичную структуру, способную к развитию, то есть к закономерному, необратимому, направленному переходу из одного состояния в другое, отличающееся от первого увеличением или уменьшением значений некоторых параметров. Однако развитие предполагает осуществление не только количественных изменений. Оно может характеризоваться образованием новых структур и появлением их комбинаций, качественно преобразующих систему.

Процесс, базирующийся на последовательном преобразовании системы путем совершенствования ее структуры за счет обновления состава ключевых участников и изменения характера их взаимодействия, нами предлагается трактовать как инновационную трансформацию кластерного институционального пространства продовольственной системы ЕАЭС. Это определение может применяться для описания преобразований, идущих в настоящее время на всех уровнях данной системы, в связи с чем оно должно найти широкое применение в теории и практике создания кластерообразующих платформ [4, 5, 6].

Формирование новых элементов продовольственной системы происходит в рамках традиционной отраслевой структуры. Оно представляет собой реакцию на воздействие определенных факторов, например изменение потребительских предпочтений или осуществление новых видов экономической деятельности одновременно с традиционными. По мере роста новых структурных единиц происходит их борьба с уже сложившимися элементами рассматриваемой системы, в ходе которой осуществляется изменение ее качественных характеристик. Это приводит к росту доли новых элементов в отраслевой структуре. На этапе зрелости продовольственной системы в ней устанавливается равновесие между новыми и старыми элементами. На последнем этапе ее существования происходят преобразования, которые приводят к дезорганизации и появлению новой структуры. Однако нельзя сказать, что характеристики прежней и новой систем кардинально отличаются. В любой системе одновременно присутствуют старые и зарождающиеся элементы, то есть имеют место структурные сдвиги в состоянии кластерообразующей платформы.

Следует указать на принципиальное различие между структурным сдвигом и инновационной трансформацией. Первый, предполагающий возникновение новых элементов и вытеснение старых, включает в себя лишь количественные изменения в отраслевой структуре продовольственной системы. Инновационная трансформация помимо количественных сдвигов предполагает качественное преобразование системы – не только изменение пропорций в структуре, а также возникновение новых комбинаций и отношений между ее элементами, но и получение возникающего в результате взаимодействия последних эффекта, преобразующего свойства всей системы и называемого эмерджентно-синергетическим. Следовательно, структурный сдвиг, представляющий собой реакцию на диспропорции между потребительскими предпочтениями и характеристиками выпускаемой продукции, может дать начало инновационной трансформации кластерного институционального пространства продовольственной системы ЕАЭС.

В современных экономических условиях внедрение инноваций является ключевым фактором развития агропромышленного комплекса, обуславливающим технологическое совершенствование производственных процессов, удовлетворение дифференцированных общественных потребностей, рост значений количественных и качественных параметров продовольственной системы ЕАЭС, получение ее структурами конкурентных преимуществ на внутреннем и внешних рынках [7, 8].

В настоящее время наиболее актуальной формой возникновения инноваций становится реакция на изменения потребительских предпочтений (так называемая новая интерактивная модель). Данное обстоятельство порождает необходимость в преобразовании традиционного способа реализации инновационных программ «снизу вверх» – от конечных потребителей к научным учреждениям (посредством бизнес-структур, выполняющих роль связующих звеньев).

В рамках данного исследования особый интерес представляет выявление способности отдельных инноваций содействовать развитию отраслей и институтов, могущих участвовать в осуществлении структурных сдвигов в рамках кластерообразующей платформы и инновационной трансформации кластерного институционального пространства. В ходе данных процессов осуществляются качественные и количественные преобразования продовольственной системы ЕАЭС, ее переориентация на новый уровень технологического развития, то есть на усиление инновационной конкурентоспособности.

В условиях формирования нового технологического уклада наибольший потенциал имеют междисциплинарные исследования, результаты которых доступны для применения в различных сферах продовольственной системы. Ярким примером являются био-, нано- и информационные

технологии, составляющие ядро шестого технологического уклада. Учитывая универсальный характер и широкую сферу практического применения соответствующих дисциплин, их развитие будет происходить путем внедрения свойственных им технологических методов в традиционные сферы человеческой деятельности [9, 10, 11].

Следует отметить, что развитие новых технологий выступает в качестве фактора, способствующего ускорению происходящих в ходе трансформации кластерного институционального пространства продовольственной системы ЕАЭС структурных сдвигов. Последние способствуют замене как традиционных технологий, так и формируемых ими направлений деятельности. На смену старым приходят новые межотраслевые структуры, создаваемые в ареалах кластерообразующих платформ.

Развитие отдельных технологий происходит под влиянием различных факторов, предопределяющих потенциал их формирования. В совокупности соответствующие процессы являются ключевыми индикаторами развития высокотехнологичного сектора кластерного институционального пространства продовольственной системы ЕАЭС, обусловленного высокоэффективной инновационной деятельностью.

В данном исследовании в качестве индикатора для оценки потенциала формирования новых технологий в продовольственной системе ЕАЭС предлагается использовать статистические сведения о заявках, поданных для получения международных патентов. Соответствующая статистика представляет собой достоверную и наиболее полную информацию, необходимую и достаточную для осуществления анализа научно-технологического и инновационного развития страны, поскольку получение патента логично предполагает коммерциализацию определенного новшества, то есть усиление инновационной конкурентоспособности кластерной продовольственной системы.

Количеством выданных патентов или представленных на их получение заявок характеризуются наличие и результативность научных школ, функционирующих в той или иной области исследований. Поскольку технологическое развитие страны одновременно по всем направлениям современной науки невозможно, необходимо концентрировать ресурсы в тех сферах, в которых на данном этапе существует определенный задел и уже сформированы научные подразделения. Результаты анализа патентной статистики могут быть использованы для оценки перспектив развития той или иной технологии [11].

Следует отметить, что в условиях трансформации кластерного институционального пространства продовольственной системы ЕАЭС инновационная конкурентоспособность является основной движущей силой научно-технического прогресса, поскольку предприятия непосредственно заинтересованы в снижении издержек производства и повышении качества товаров. Однако необходимо учитывать то, что не во всех отраслях АПК основой поступательного развития является свободная конкуренция. Очевидно существование тех сфер деятельности, в которых потребительский спрос минимален, однако их общественная значимость велика. Сохранение представляющих данные сферы структур в условиях конкурентной борьбы неразрывно связано с их поддержкой и защитой, осуществляемыми государством.

В настоящее время повышение инновационной конкурентоспособности кластерной продовольственной системы связано с наличием тенденции к интернационализации экономических отношений, в результате которой в геометрической прогрессии растет число субъектов экономического взаимодействия, имеющих схожие интересы и равные стартовые возможности. В условиях существования государственно-монопольных образований экономическое развитие страны чаще всего замедляется, поскольку отсутствие стремления монополиста к самосовершенствованию серьезно ослабляет его конкурентные позиции. Исходя из этого, ключевая роль государства в современной экономике заключается не в централизованном воздействии на рынок и управлении им, а в создании необходимых условий для развития внутренней конкуренции, укрепления позиций структур отечественного агропромышленного комплекса на мировом рынке. В связи с этим первоочередной для правительства страны задачей становится инновационное развитие механизма кластерной организации АПК и отдельных его сегментов, способствующее росту конкурентоспособности как отдельных предприятий, так и выпускаемых ими продуктов.

Усиление роли государства в деле формирования кластерных образований может иметь вид поддержки инновационной деятельности, осуществляемой путем концентрации финансово-экономических и интеллектуальных ресурсов с целью использования передовых технологий для создания новых продуктов (услуг). В частности, перспективным видится образование международного научного центра, деятельность которого ускорит процессы кластерной организации АПК и перехода агропромышленного комплекса нашей страны к современной модели инновационного развития в рамках кластерообразующей платформы.

При формировании инновационных кластерных структур особое внимание необходимо уделять развитию интеллектуального, научно-технологического и инфраструктурного потенциала, обеспечению доступности венчурного финансирования и брендовой капитализации.

Для последнего термина существует целый ряд дополнительных определений, что является следствием его использования в несхожих областях и на различных уровнях. Наиболее часто встречаются формулировки «капитализация предприятия», «капитализация доходов», «капитализация расходов», «капитализация региона», «капитализация отрасли», «капитализация страны», «рыночная капитализация». Если речь идет о капитализации предприятия, то обычно ее подразделяют на реальную и рыночную [12].

В области маркетинга широко используются понятия «капитализация брэнда» и «стоимость брэнда». Проведенные исследования позволили нам уточнить понятие брендовой капитализации, которая осуществляется при инновационной трансформации кластерного институционального пространства продовольственной системы ЕАЭС в ходе реализации внутрифирменного менеджмента и маркетинга по отношению к нематериальным активам. Данная система генерирует денежные потоки и усиливает национальную продовольственную конкурентоспособность.

Наряду с реальной капитализацией, брендовая оказывает влияние на рыночную стоимость предприятия. Остаются открытыми вопросы оценки и учета нематериальных активов, поскольку для отражения в финансовой документации предприятия последние должны отвечать следующим требованиям: быть доступными для использования и продажи, создавать будущую экономическую выгоду, иметь возможность оценки затрат на разработку.

Следует отметить, что большинство применяемых на рынке подходов к комплексной оценке брэндов имеют финансовый характер и используются преимущественно для решения задач, связанных с размещением акций на фондовых биржах, а также осуществлением финансового и бухгалтерского учета. Стоимость брэнда косвенно отражает его нематериальную ценность, сформировавшийся капитал. Но для выявления значимости данного нематериального элемента, оценка и управление которым осуществляются по маркетинговым правилам, одного только финансового подхода явно недостаточно. Брэнд является сложным и многомерным явлением, включающим маркетинговые и финансовые составляющие процесса развития инновационной конкурентоспособности кластерной продовольственной системы, постоянно изменяющиеся под влиянием не только внешних, но и внутренних факторов. В связи с этим требуется поиск инновационных методов комплексной оценки брэнда, позволяющих осуществлять интегральное измерение его стабильности во временной и пространственной динамике, а также возможностей усиливать конкурентоспособность выпускаемой структурами АПК продукции.

Научная новизна данного исследования заключается в теоретическом обосновании методов: анализа и оценки современных брэндов; управления последними; усиления инновационной конкурентоспособности кластерной продовольственной системы; разработки индексов жизнеспособности брэндов как инструментов, позволяющих усиливать национальную продовольственную конкурентоспособность; оптимизации портфеля брэндов продовольственной системы; диагностики и прогнозирования их развития; решения актуальных задач, связанных с процессом кластерной организации агропромышленного комплекса и отдельных его сегментов, способствующим повышению эффективности деятельности сельскохозяйственной отрасли в целом.

Нематериальная сущность брэнда концентрируется в его капитале. Товарный знак имеет юридический характер. Он в различных аспектах защищает образ брэнда, закрепляет последний за товарами конкретной категории. Фирменный знак защищает брэнд компании. Как правило, товарными знаками пользуются финансовые и бухгалтерские подразделения, в то время как брэндами оперируют в преобладающем большинстве маркетинговые службы.

В кластерном институциональном пространстве продовольственной системы ЕАЭС нами предложено рассматривать брэнды в качестве отражающих потребительские свойства продуктов или услуг стереотипизированных образов, используемых потребителями в процессе принятия решений о покупке тех или иных товаров.

В связи с тем, что брэнд всегда связан с определенными продуктами, портфель конкретной компании формируется набором брэндов. Это делает необходимой комплексную оценку последних, позволяющую предприятиям принимать решения о дальнейшей судьбе как отдельных брэндов, так и их портфелей в ходе кластеризации агропромышленного комплекса и его отдельных структур.

Для оценки брэндов предприятий, действующих на рынке кластерного институционального пространства ЕАЭС, нами предлагается использовать комплексный показатель ИЖБ – индекс жизнеспособности брэнда. Его применение предполагает понимание состояния рынка, на котором оперируют компании продовольственной системы. Одной из особенностей последнего является конкуренция между конкретными брэндами, осуществляемая на очерченном рыночном пространстве кластерообразующей платформы в определенные промежутки времени.

Индекс жизнеспособности брэнда следует определять с учетом значений 3-х составляющих его субиндексов, описанных далее.

Первый из них ИЖБ-Ф (финансовый) показывает, насколько жизнеспособен брэнд с финансовой точки зрения, а также какую позицию, определяемую исходя из уровня рентабельности затрат, он занимает среди иных. Анализ данного компонента индекса жизнеспособности позволяет оценить маржинальность брэнда, его место в рамках линейки.

ИЖБ-П (потребительский) – показатель, отражающий поведение потребителей. Его значение свидетельствует о том, как обеспечивается рост продаж в конкретной торговой точке. ИЖБ-П необходимо анализировать по целому ряду показателей продаж – динамике объема продаж в течение определенного периода времени, долям продаж брэндов внутри ассортиментного портфеля, позициям рецептурных наименований в рамках исследуемой линейки.

ИЖБ-Н (нефинансовый) – показатель, отражающий силу капитала брэнда, характеризующий отношение потребителей к последнему, связанные с ним мнения, ассоциации и эмоции.

Так, для изделий молочнопродуктового подкомплекса схема взаимосвязи между брэндом и продуктом может применяться любым отраслевым производителем. Ее использование способствует повышению эффективности процессов построения и структурирования ассортиментного портфеля предприятия, формирования архитектуры брэндов и управления их портфелем. Ключевым для каждого товара рассматриваемой категории наименованием является рецептурное, дающее потребителям представление об этом продукте.

Под молочнопродуктовым подкомплексом следует понимать систему взаимодействия сельскохозяйственных товаропроизводителей, молокоперерабатывающих предприятий и торговых организаций. Ее состояние определяется не только финансовой устойчивостью участников, но и конкурентоспособностью их продукции, уровнем инновационной деятельности, интенсивностью воспроизводства израсходованных ресурсов. Связи в рамках данной системы обеспечивает взаимодействие процессов, в ходе которых результаты деятельности одного предприятия используются как исходные ресурсы для другого, что в совокупности (при соблюдении инновационно-технических и экологических требований по всей технологической цепочке) образует единый производственный цикл, направленный на удовлетворение потребностей жителей страны в молоке и производимых из него продуктах. Экономически сбалансированные отношения входящих в рассматриваемый подкомплекс перерабатывающих предприятий и поставщиков сырья понимаются нами как форма интеграционной реструктуризации, отличительным признаком которой является сотрудниче-

ство конкурентов, действующих на одной и той же ступени цепочки создания добавленной ценности и объединяющих ресурсы для решения общих стратегических задач. Отметим, что организационная сеть отраслевого или межотраслевого характера объединяет материальные ресурсы и ключевые компетенции не только перерабатывающих предприятий, но и иных субъектов хозяйствования АПК, тем самым усиливая продовольственную конкурентоспособность национальной экономики.

Пищевая продукция маркируется фирменными знаками. Их наличие делает актуальными оптимизацию имеющихся у предприятий ассортиментных портфелей, стандартизацию процессов вывода новых товаров на рынки, идентификацию продукции, а также осуществляемый на различных этапах ее продвижения обмен данными между производителями, продавцами (включая торговые сети), дистрибьюторами. Применительно к молокоперерабатывающей промышленности это способствует росту эффективности действий в сферах маркетингового планирования, закупок, продаж, транспортировки, логистики [13].

Актуальность исследования брэндов и товарных знаков (как факторов усиления конкурентоспособности в кластерном институциональном пространстве продовольственной системы ЕАЭС) обусловлена 5-ю перечисленными далее обстоятельствами.

1. В современных экономических условиях интеллектуальная собственность становится главным стратегическим ресурсом, обеспечивающим усиление конкурентоспособности продовольственной системы. Формирующаяся в мире экономика знаний породила новую среду конкуренции, в которой идет борьба за исключительные права на новые идеи и изобретения. Их наличие и использование является условием успешного развития национальной продовольственной системы.

2. Одним из главных показателей эффективности (как отдельных предприятий, так и всей продовольственной системы) стала конкурентоспособность, которая обеспечивается повышенными потребительскими свойствами поставляемых на рынок товаров и услуг, наличием у фирм и отраслей иных конкурентных преимуществ, благоприятными позициями ряда отраслей отечественной пищевой промышленности в системе международных отношений.

3. Ввиду большого внимания, уделяемого потребителями упаковке продуктов питания, существенное значение в обеспечении их конкурентных преимуществ стал приобретать дизайн. Правовая охрана соответствующих наработок осуществляется посредством патентования промышленных образцов. Конкурентоспособность предприятий во многом зависит от способности дифференцировать поставляемую на рынок продукцию с использованием товарных знаков и фирменных наименований.

4. К сожалению, многие современные исследования в областях оценки стоимости товарных знаков и управления ими сосредоточены на адаптации зарубежных методик к условиям работы отечественных предприятий, осуществляемой без достаточного учета местной специфики. Ключевой проблемой является недостаточная разработанность методик оценки стоимости объектов интеллектуальной собственности, в том числе брэндов и товарных знаков.

5. Неоднородность инвестиционной привлекательности белорусских предприятий пищевой промышленности объясняется тем, что при прочих равных условиях они располагают теми или иными дополнительными неучитываемыми ресурсами, имеют различные стратегические потенциалы. Неполнота соответствующей информации не позволяет участникам фондового рынка адекватно оценивать и прогнозировать уровни инновационной конкурентоспособности отечественных переработчиков аграрного сырья.

Конкурентное преимущество предприятий в кластерном институциональном пространстве продовольственной системы ЕАЭС можно определить как концентрированное проявление превосходства над соперниками в экономической, технической и организационной сферах деятельности. Это превосходство можно измерить экономическими показателями. Таковыми являются дополнительная прибыль, более высокая рентабельность, рыночная доля, относительный рост объема продаж. К конкурентным преимуществам можно отнести более высокие уровни производительности труда и квалификации персонала, лучшие технические характеристики и качество производимой продукции, эффективное осуществление стратегического планирования на различных уровнях управления и функционирования предприятий.

Важно отметить, что конкурентное преимущество имеет относительный, а не абсолютный характер, в результате чего его можно оценить только путем многоуровневого сравнения многообразных характеристик, которые влияют на экономическую эффективность продаж и долю на рынке. Среди методов оценки конкурентных преимуществ продукции пищевой промышленности можно выделить так называемый «анализ пар». Он состоит в том, что потребителю предлагается одновременно сравнить два конкурирующих продукта и сделать выбор, сформулировав свои предпочтения. Такой метод подходит для сравнения товаров широкого потребления.

Конкурентные преимущества продовольственной системы ЕАЭС, основанные на экономических факторах, обеспечиваются:

лучшим общеэкономическим состоянием рынков, на которых действует то или иное предприятие, выражающимся в высокой среднеотраслевой норме прибыли, небольших сроках окупаемости капитальных вложений, благоприятной динамике цен, высоком уровне располагаемого дохода на душу населения, а также отсутствию неплатежей, инфляционных процессов и пр.;

проводимой государством стимулирующей политикой в областях кредитных, налоговых и таможенных ставок, инвестиций;

наличием увеличивающих спрос объективных факторов – таких, как большая и растущая емкость продовольственного рынка, невысокая чувствительность потребителей к изменению цен, слабая цикличность и сезонность спроса, отсутствие товаров-заменителей;

эффектом масштаба, при проявлении которого предприятия, имеющие большие объемы выпуска продукции, несут существенно меньшие удельные затраты в сравнении со структурами, характеризующимися единичным, мелко- и среднесерийным типами производства. Это позволяет первым успешно конкурировать в сфере цен предложения;

эффектом опыта, подразумевающим рост результативности труда вследствие специализации на определенных видах и методах работы, внедрения в производственные процессы технологических инноваций, оптимальной загрузки оборудования, более полного использования ресурсов, улучшения товарного ассортимента. Согласно расчетам, под действием перечисленных факторов издержки на единицу продукции уменьшаются на 20% при каждом удвоении объема выпускаемых изделий.

Чуткая реакция рынка на характеристики производимых продуктов выражается в колебаниях потребительского спроса и объемов продаж. Товарные знаки, являясь своеобразными передаточными звеньями между изготовителями и потребителями, служат средствами для привлечения внимания покупателей к маркируемым изделиям и позволяют потребителям выбрать необходимые им товары определенных производителей.

В продовольственной системе товарные знаки имеют две функции – рекламную и защитную. Первая позволяет выделять товар среди аналогичных, привлекать внимание потребителей, побуждать их к неоднократному и осознанному выбору именно этого продукта. Она дает покупателям возможность ориентироваться среди однородных изделий и услуг различных фирм, узнавать и приобретать ту продукцию, которая соответствует их вкусам, предпочтениям, желаниям, представлениям, потребностям. Во всем мире стоимость «анонимных» продуктов на порядок ниже, чем маркированных. Защитная функция подразумевает наличие права на товарный знак, позволяющего препятствовать дискредитации продукта в глазах потребителя из-за введения в хозяйственный оборот товаров, похожих по внешнему виду, но худших по качеству.

На практике часто путают два близких понятия – брэнд и товарный знак. В связи с этим укажем, что первый термин описывает не только товарный знак, состоящий из названия, графического изображения (логотипа) и звуковых символов компании или продукта. Он распространяется и на сам продукт (услугу) со всеми соответствующими характеристиками, а также на имидж – свойства, приписываемые данному товару пользователем, ожидания и ассоциации последнего.

Продовольственный брэнд, как и любой иной, имеет в своей основе известность, доверие, имидж. Сформировав образ надежного поставщика качественных продуктов, предприятие агропромышленного комплекса имеет возможность выйти на принципиально новый уровень продаж. Чтобы создать продовольственный брэнд, необходимо четко осознавать его несходство с потребительским. Коренное отличие между продовольственными и потребительскими брэндами вытекает

из различий в процессе принятия решений о покупке товаров. На потребительских рынках покупатель часто принимает решения импульсивно, основываясь на собственных эмоциях, связанных с продуктами, услугами или их марками. Брэнд для потребителя – не просто гарантия качества, но еще и символ статуса, стиля жизни. Часто основную стоимость продукта составляет не реальное содержание, а брэнд. Создав у последнего привлекательный имидж, можно компенсировать отсутствие у продукта иных отличительных признаков.

Выбор брендовой продукции редко бывает импульсивным. Следовательно, формируя продовольственный брэнд, предприятие должно стараться делать упор на реальные свойства, а не на какие-либо эмоциональные составляющие. Трансформация объективных характеристик продукта в его брэнд – процесс достаточно долгий. В его ходе следует дать потенциальным клиентам возможность поработать с компанией или получить информацию от тех, кто имел с ней дело. При этом необходимо привлечь покупателей какими-то преимуществами продукта или взаимоотношений.

Следует отметить, что международные стандарты финансовой отчетности определяют нематериальные активы как неденежные капитальные активы, не имеющие физической формы. К данной категории относятся авторские права, франшизы, лицензии, названия изданий, патенты, товарные и фирменные знаки. Приведенное выше определение нематериальных активов сходно с тем, что принято давать интеллектуальной собственности.

В кластерном институциональном пространстве продовольственной системы ЕАЭС ценность, которую для хозяйствующих субъектов рынка имеют товарные знаки, проявляется только в процессе инструментального использования последних. Известный товарный знак не появляется из ниоткуда, а главное – не существует сам по себе; он требует постоянного и последовательного управления. Наиболее характерным навыком профессиональных маркетологов является умение создавать, поддерживать, защищать, усиливать и расширять товарные знаки, то есть управлять ими.

Товарный знак является инструментом, с помощью которого фирма активно влияет на всех взаимодействующих с ней лиц (покупателей, партнеров, деловую общественность), формируя видение как себя, так и своей продукции. В этом смысле товарный знак является инструментом для достижения стратегических целей фирмы и усиления инновационной конкурентоспособности кластерной продовольственной системы. Однако как уровни воздействия товарных знаков на сознание потребителей и покупательский выбор, так и возможности управления самими упомянутыми знаками существенно зависят от состояния рыночной среды и ряда иных факторов.

Важным элементом системы управления товарными знаками является ценовая стратегия (ценовое позиционирование марочных товаров на продовольственном рынке относительно иных товарных знаков). Однако в условиях неразвитой сбытовой сети возможность конкретного производителя регулировать уровень потребительских цен на свою продукцию весьма ограничена. В результате в розничной торговле может наблюдаться большой разброс цен на один и тот же марочный продукт [14].

Отметим, что брэнд является нематериальным активом, который при определенных условиях приносит доход больший, чем все материальные, поскольку способствует созданию репутации фирмы, увеличивает вероятность повторной покупки, позволяет назначать высокую цену, расширять рынок и долю предприятия на нем, формирует виртуальную монополию в восприятии потребителей. Важность управления брэндом обусловлена его весомым вкладом в рост стоимости фирмы.

Нами предложено авторское определение интеллектуального потенциала – как в общем, так и в более узком понимании. В широком (фундаментальном) смысле интеллектуальный потенциал предприятий в кластерном институциональном пространстве – это способность и возможность предугадывать тенденцию усиления конкурентоспособности продовольственной системы и формировать траекторию ее развития по направлению к намеченной цели. В более узком (прикладном) понимании интеллектуальный потенциал некоторого субъекта – это имеющиеся у его руководства способность и возможность выбрать рациональный путь к достижению экономической выгоды. Данная способность трактуется нами как целенаправленная интеллектуальная деятельность; обладание необходимыми технологиями, патентами, авторскими правами; наличие развитой системы, обеспечивающей предоставление услуг научно-технического характера. Под возможностью мы

подразумеваем совершенствование способности к интеллектуальной деятельности (получению образования, использованию мировых информационных ресурсов посредством современных коммуникационных технологий, повышению организационной культуры, созданию имиджа и др.).

С учетом приведенного выше определения интеллектуального потенциала нами предложено уточнить содержание понятия «нематериальные активы кластерного институционального пространства продовольственной системы ЕАЭС». Его следует распространять на активы, которые формируются и развиваются посредством реализации интеллектуального потенциала, не имеют материальной формы, дают упомянутой системе реальную или потенциальную возможность получения экономической выгоды и конкурентных преимуществ, могут служить основой для усиления национальной продовольственной конкурентоспособности в условиях становления основанной на знаниях экономики [15, 16].

Выполненные исследования позволяют сделать перечисленные далее выводы и обобщения.

1. Для активизации инновационной деятельности необходимо сконцентрировать финансово-экономические и интеллектуальные ресурсы на создании новых продуктов (услуг) с использованием передовых технологий, а также усилить значимость государства в деле формирования кластерных образований. Это даст возможность определить пути развития международного научного центра кластерной организации АПК, а также перспективы перехода агропромышленного комплекса Республики Беларусь к современной модели инновационного развития в рамках кластерообразующей платформы.

2. Нами сформулировано понятие «инновационная трансформация кластерного институционального пространства продовольственной системы ЕАЭС» – способствующее ее качественному изменению последовательное преобразование, осуществляемое путем совершенствования структуры за счет обновления состава ключевых технологических элементов и изменения характера их взаимодействия.

3. Кластерообразующая платформа представляет собой институциональное пространство сложной структуры, являющееся результатом формирования нескольких кластерных образований, создаваемое для расширения и углубления существующих в определенном регионе специализированных цепочек производства высокотехнологичной продукции, в состав которых входят предприятия из стратегически важных отраслей.

4. В данном исследовании в качестве индикатора для оценки перспектив использования в продовольственной системе ЕАЭС новых технологий предлагается использовать статистические сведения о поданных заявках на получение международных патентов. Соответствующая статистика представляет собой достоверную и наиболее полную информацию, необходимую и достаточную для анализа данных о научно-технологическом и инновационном развитии страны, поскольку получение патента логично предполагает коммерциализацию конкретного новшества, то есть усиление инновационной конкурентоспособности кластерной продовольственной системы.

5. Проведенные нами исследования позволили уточнить содержание процесса брэндовой капитализации, генерирующего денежные потоки и усиливающего национальную продовольственную конкурентоспособность. Он осуществляется при инновационной трансформации кластерного институционального пространства продовольственной системы ЕАЭС, в ходе реализации средств внутрифирменного менеджмента и маркетинга по отношению к нематериальным активам.

6. Под молочнопродуктовым подкомплексом следует понимать систему взаимодействия сельскохозяйственных товаропроизводителей, молокоперерабатывающих предприятий и торговых организаций. Данную систему характеризуют свойственные ее участникам уровни финансовой устойчивости, конкурентоспособности продукции, интенсивности инновационной деятельности, воспроизводства израсходованных ресурсов. В ее рамках происходит взаимодействие, в ходе которого результаты деятельности одного процесса используются как исходные ресурсы для другого, в совокупности образуя единый производственный цикл, направленный на удовлетворение потребностей в молочных продуктах, выпускаемых при соблюдении инновационно-технических и экологических требований по всей технологической цепочке. Под экономически сбалансированными отношениями входящих в рассматриваемый комплекс перерабатывающих предприятий

и поставщиков сырья следует понимать форму интеграционной реструктуризации, отличительным признаком которой является сотрудничество конкурентов, действующих на одной и той же ступени цепочки создания добавленной ценности и объединяющих ресурсы для решения общих задач. Отметим, что организационная сеть отраслевого или межотраслевого характера объединяет материальные ресурсы и ключевые компетенции не только перерабатывающих предприятий, но и иных субъектов хозяйствования АПК, способствуя тем самым усилению национальной продовольственной конкурентоспособности.

7. Нами предложено авторское определение интеллектуального потенциала предприятий в кластерном институциональном пространстве. В широком (фундаментальном) значении он представляет собой способность и возможность предугадывать тенденцию усиления конкурентоспособности продовольственной системы и формировать траекторию ее развития по направлению к намеченной цели. В более узком (прикладном) понимании интеллектуальный потенциал некоторого субъекта – это имеющиеся у его руководства способность и возможность выбрать рациональный путь к достижению экономической выгоды.

8. На практике часто путают два близких понятия – брэнд и товарный знак. На самом деле первый термин описывает не только товарный знак, состоящий из названия, графического изображения (логотипа) и звуковых символов компании или продукта. Он также распространяется на сам продукт (услугу) со всеми его характеристиками, а также имидж – свойства, приписываемые данному товару пользователем, ожидания и ассоциации последнего.

9. Сегодня ситуация на рынке такова, что прежде чем выводить на него новую марку, необходимо понять, как можно привлечь к ней внимание потребителей. Для этого следует проводить исследования и на их основе осуществлять мощную рекламную кампанию, формируя имидж товара и фирмы. В Беларуси появился целый ряд брэндов, которые по узнаваемости вполне могут конкурировать с известными западными аналогами. Это значит, что наши предприятия приобрели новые нематериальные активы, которыми можно эффективно пользоваться – продавать, покупать, сдавать в аренду и т.д. Для оптимизации использования данных активов их необходимо адекватно оценивать и защищать. Изучение соответствующей практики передовых зарубежных фирм может оказаться полезным для отечественных компаний.

10. Источником возникновения инновационного взаимодействия является инновационная компетенция как новое знание. Инновация – это не мыслительный процесс, а действия по использованию новшеств в производстве. В период направленного развития находящейся в переходном состоянии продовольственной системы возникают устойчивые инновационные взаимодействия. Их наличие придает процессу развития данной системы устойчивость и стабильность, способствует сохранению ее целостности.

11. В ходе исследования нами было установлено, что типовые взаимодействия должны реализовываться в рамках кластерообразующих платформ – совокупности организационных решений, ведущих к реализации ключевых компетенций. Кластерообразующая платформа как комплекс мер по поддержке и реализации инновационных проектов отвечает определенному уровню инновационных взаимодействий, поэтому каждому варианту данного взаимодействия соответствует своя платформа.

ЛИТЕРАТУРА

1. Механизмы конкурентоспособного развития АПК Беларуси в условиях функционирования ЕЭП и ЕврАзЭС / В. Г. Гусаков [и др.]. – Минск: Беларус. навука, – 2014. – 277 с.
2. Субоч, Ф. И. Инновационная система национальной продовольственной конкурентоспособности: состояние и перспективы развития / Ф. И. Субоч; под ред. В. Г. Гусакова. – Минск: Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси, 2013. – 291 с.
3. Субоч, Ф. И. Кластерное институциональное пространство в продовольственной системе Евразийского экономического союза / Ф. И. Субоч // Пути повышения экономической эффективности развития агропромышленного комплекса Республики Беларусь: материалы науч.-практ. конф. (Минск, 23 июня 2014 г.); под ред. А. П. Шпака. – Минск: Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси, 2014. – С. 76–79.
4. Механизмы устойчивого сбалансированного развития продуктовых структур в рамках кластерного институционального пространства продовольственной системы Евразийского экономического союза / В. Г. Гусаков [и др.] // Весці НАН Беларусі. Сер. агр. навук. – 2015. – № 2. – С. 4–18.

5. Научные основы сбалансированной агропромышленной стратегии Беларуси в Евразийском экономическом союзе / В. Г. Гусаков [и др.]. – Минск: Беларус. навука, – 2015. – 258 с.
6. Научные основы и организационно-экономический механизм эффективного функционирования кооперативно-интеграционных объединений в АПК / Е. В. Гусаков – Минск: Беларус. навука, – 2015. – 206 с.
7. Субоч, Ф. Поливариантная институциональная интеграция предприятий в инновационно-кластерной продовольственной системе / Ф. Субоч // Аграрная экономика. – 2015. – № 9. – С. 20–29.
8. Субоч, Ф. Инновационная емкость «наноинституционального» капитала продуктовых структур Евразийского экономического союза как процесса воспроизводства нематериальных активов / Ф. Субоч // Аграрная экономика. – 2015. – № 11. – С. 18–33.
9. Субоч, Ф. Трансформация высоких технологий в инновационном экономическом пространстве продовольственной системы ЕАЭС / Ф. Субоч // Аграрная экономика. – 2016. – № 1. – С. 25–37.
10. Субоч, Ф. Технологическая плотность кластерного институционального пространства продовольственной системы Евразийского экономического союза / Ф. Субоч // Аграрная экономика. – 2016. – № 3. – С. 9–24.
11. Горбач, Л. А. Формирование новых отраслевых структур как ключевая характеристика инновационной экономики / Л. А. Горбач // Вестник Казанского технологического университета. – 2012. – № 13. – С. 248–254.
12. Шевров, В. Ю. Теоретические аспекты формирования механизма управления ресурсным потенциалом предпринимательских структур / В. Ю. Шевров, И. Ю. Окольнішнікова, И. В. Хатеев // Торгово-экономические проблемы регионального бизнес-пространства. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2013. – С. 115–119.
13. Шведина, Е. Б. Таксономия оценки брэнда: субъекты, объекты, задачи и методы оценки брэнда / Е. Б. Шведина // Вопросы экономики и права – 2012. – № 3. – С. 289–295.
14. Пилипук, А. Концептуальные основы развития кластерного пространства продовольственной системы Евразийского экономического союза / А. Пилипук, Е. Гусаков, Ф. Субоч // Аграрная экономика. – 2016. – № 7. – С. 2–8.
15. Алякина, Л. А. Механизм оценки развития интеллектуального потенциала региона / Л. А. Алякина. – Чебоксары: Изд-во Чуваш. ун-та, 2010. – С. 315–320.
16. Рыгалин, Д. Б. Систематизация проблем и выявление тенденций формирования устойчивых инновационных взаимодействий / Д. Б. Рыгалин // Креативная экономика. – 2009. – № 5. – С. 5–6.