

УДК 338.242.2

**ФИНАНСОВЫЕ МОТИВАЦИИ УЧАСТНИКОВ КЛАСТЕРА
И СПОСОБЫ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ
НА ОСНОВЕ ЛОКАЛЬНЫХ КОМПРОМИССОВ**

**FINANTIAL MOTIVATION OF THE CLUSTER MEMBERS
AND DECISION-MAKING METHODS
BASED ON LOCAL TRADEOFFS**

М.А. БУШУЕВА, Д.И. КОРОВИН, Н.Н. МАСЮК
M.A. BUSHUEVA, D.I. KOROVIN, N.N. MASYUK

**(Российский государственный торгово-экономический университет (Ивановский филиал),
Ивановский государственный энергетический университет,
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса)
(Russian State University of Trade and Economics (Ivanovo Branch);
Ivanovo State Power University;
Vladivostok State University of Economics and Service)**
E-mail: bushuev@dsn.ru; dmitriyikorovin@list.ru; masyukn@yahoo.com

В статье рассматриваются финансовые мотивы участников кластера и особенности построения их финансовых отношений, среди которых стратегия финансового целеполагания, подходы к управлению финансовыми потоками, разрешение конфликтов на основе уступок и др.

The article deals with financial motives of cluster members and peculiarities of their financial relations structure, including a financial goal-setting strategy, approaches to the management of financial flows, conflicts resolution on the basis of concessions, etc.

Ключевые слова: кластер, финансовые отношения в кластере, финансовая мотивация, конфликты и уступки, согласование интересов.

Keywords: a cluster, financial relations in a cluster, financial motivation, conflicts and concessions, reconciliation of interests.

Во всех существующих подходах к определению кластера существует один общий аспект – все они связывают кластер с присутствием некоторого взаимодействия хозяйствующих субъектов. Рассмотрим это обстоятельство с позиций финансового менеджмента.

Кластерный способ экономического развития требует использования специфических или даже новых, уникальных элементов, методов, приемов и рычагов финансового менеджмента. Классической целью корпоративного управления финансами в трактовке американских и западноевропейских ученых-традиционалистов являются максимизация курса акций, максимизация чистой прибыли компании и максимизация прибыли на акцию [1]. В отличие от зарубежных концепций, российские традиции финансового менеджмента еще не развиты должным образом и больше ориентированы на учет инфляционной составляющей в финансовой деятельности и объективно обусловленное, даже вынужденное, краткосрочное финансовое управление, маскируемое под адаптивность бизнеса.

И поскольку механизм управления финансами в кластере даже в зарубежной теории и практике не является законченной, устоявшейся конструкцией, имеет в различных существующих кластерах свои особенности, обусловленные экономическими условиями и деловыми традициями разных стран, и окончательно еще не определен, то он тем более не может быть быст-

ро и успешно адаптирован под российские реалии кластерных начинаний. В настоящей статье авторами рассматриваются некоторые уникальные аспекты финансовых отношений между участниками кластера, понимание которых закладывается в основу построения системы финансового менеджмента в кластерных структурах.

Так, например, стратегия финансового целеполагания предприятия – участника кластера не может быть идентичной финансовой стратегии одиночного предприятия или корпорации, поскольку такие цели, как максимизация прибыли, оптимальное соотношение риска и доходности, скорейший рост рыночной стоимости предприятия, в чистом виде участникам кластера недоступны как противоречащие сути этого экономического феномена. Данное положение представляется вполне обоснованным, поскольку одним из наиболее явных побуждений предприятия к нахождению в кластере является компенсация отсутствующих или неразвитых активов либо компетенций, причем доступ к скрытым знаниям, опытным работникам, источникам проектирования и инноваций, возможностям объединения в сеть, творческое сотрудничество и иные подобные преимущества стали едва ли не более важной причиной формирования кластеров, чем материальные факторы, ассоциируемые с близостью поставщиков и клиентов [2].

Одним из важнейших элементов управления финансами является ориентирован-

ность предприятия на заданный финансовый результат, что, в свою очередь, предполагает активную деятельность финансовых менеджеров в сфере разработки стратегии ценообразования. И если некоторые структурные элементы цены формируются по одним и тем же принципам как для участников кластера, так и для любых других предприятий (некоторые виды затрат, входящие в себестоимость, НДС, акцизы), то другие составляющие цены для кластерующих предприятий будут формироваться совсем на других условиях (маркетинговые затраты, НИОКР, закупочные цены на товары, полуфабрикаты, услуги и др., которые поставляются другими участниками данного кластера). Для предприятий в составе кластера особым образом будут определяться и регулироваться изменения уровня спроса на товар, выбор метода ценообразования, учет фактора конкуренции, факторы финансовых результатов (например, зависимость объема выручки от увеличения объемов производства и продаж с учетом изменения затрат на маркетинг) и т.д.

Другой особенностью кластерных финансовых отношений является иной способ управления финансовыми потоками предприятия. Причем, во-первых, объем финансовых ресурсов (как собственных, так и потенциально доступных) для предприятий, формирующих кластер, обычно жестко ограничен. Во-вторых, отличительной чертой внутрикластерных отношений будет являться если не полная внутренняя замкнутость финансовых потоков (что теоретически достижимо при совпадении комплекса условий, но на практике крайне маловероятно), то, во всяком случае, их максимальная сосредоточенность в контуре кластера. Поскольку одним из неперемных условий наличия кластера является интенсивность деловых связей и объем хозяйственных операций между субъектами кластера, то есть интеграция хозяйствующих субъектов, проявляющаяся в увеличении количества и тесноты связей между элементами экономической системы, в дальнейшем объединяющая их в целостную кластерную

структуру [3], то закономерным следствием интенсификации хозяйственных операций является и интенсификация финансовых потоков. Условно говоря, исходящие финансовые потоки одного участника кластера будут являться входящими финансовыми потоками другого участника (участников), следовательно, большая часть финансовых ресурсов будет совершать кругооборот, не выходя за рамки кластера. Или, точнее сказать, финансовые потоки извне будут поступать в кластер только через тех его участников, которые производят конечный продукт, реализуемый за пределами кластера, то есть внешним покупателям. Поставщики сырья, полуфабрикатов, комплектующих, предприятия инфраструктуры и смежных отраслей будут потреблять и индуцировать финансовые потоки только внутри кластера. Соответственно оценка эффективности управления финансовыми потоками предприятия, находящегося в кластере, не будет носить полностью объективного характера, а ее результаты можно будет сравнить лишь с результатами оценки прочих участников кластера. По этой причине традиционный опыт принятия корпоративных финансовых решений для участников кластера без адаптации будет неприменим.

Согласно классическому подходу в теории финансового управления любое взаимодействие субъектов бизнеса, обладающих хозяйственными связями, основывается на антагонистическом конфликте. Действительно, покупка ресурсов, товаров, услуг одного субъекта у другого реализуется по цене, определяемой в результате уступок продавца и покупателя. При этом всякая уступка приводит к уменьшению финансовой эффективности деятельности хозяйствующего субъекта: продавец продает товар по более низкой цене, снижает выручку, что влечет снижение прибыли, покупатель покупает по более высокой цене, увеличивает издержки, что также влечет снижение прибыли. Таким образом, справедливая цена в теориях Маршалла, Кейнса или Вальраса есть результат разрешения конфликта.

Один из способов решения подобного рода конфликтной ситуации состоит в создании условий, в которых продавец (или покупатель) вынужден будет создавать условия для увеличения уступки контрагента под воздействием иных факторов, нежели те, которые описываются в классической теории финансового менеджмента, и достижения локального компромисса.

Первый подход в создании таких условий основан на монополизации рынка, что возможно лишь при наличии крупных финансово-промышленных структур, очевидно, высокодоходных, в противном случае финансовые активы не концентрируются в таких структурах (рис. 1).

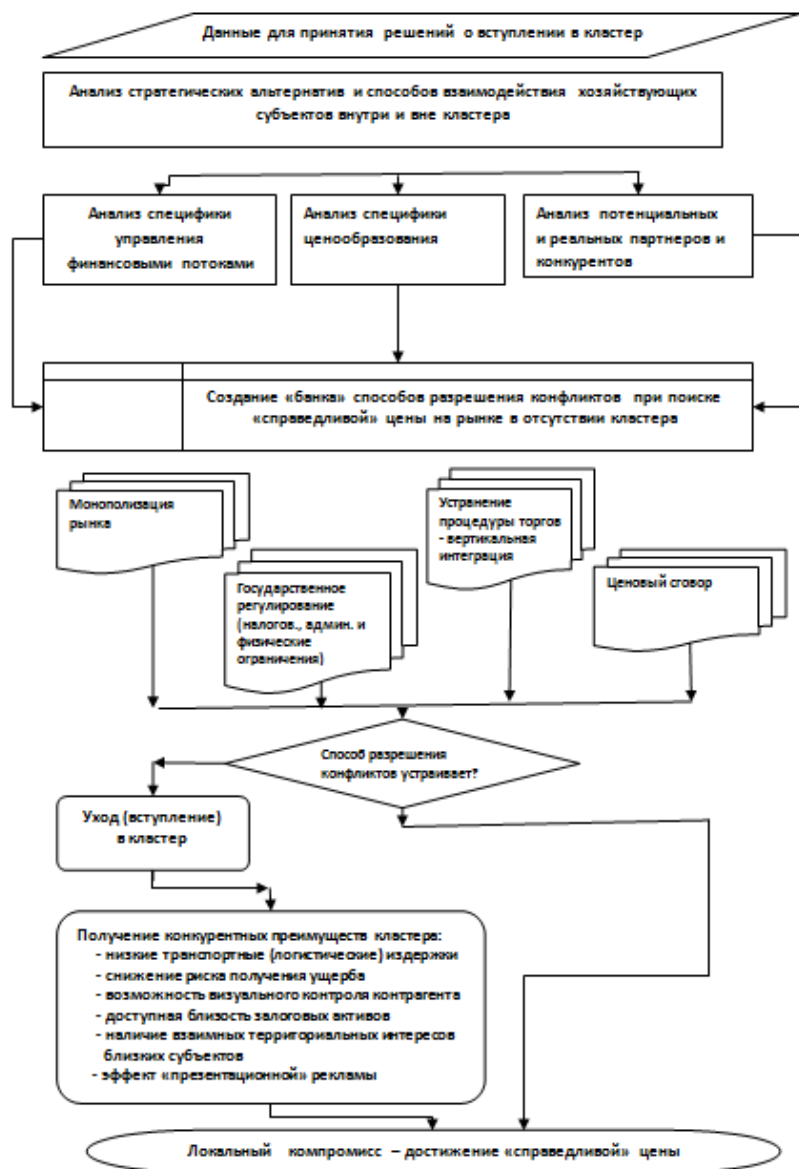


Рис. 1

Второй подход – получение административных, налоговых и физических ограничений, не позволяющих превышать указанный уровень цен. Подход, который, с одной стороны, используется в сферах энергообеспечения, социальных услуг, транспорта на условиях федеральных за-

конов, с другой стороны, реализуется криминальным образом, путем подкупа должностных лиц, угрозы, шантажа, обмана лиц, принимающих решения (ЛПР).

Третий подход связан с устранением самой процедуры торгов. Если наши уступки высоки, то устранить такие издерж-

ки (в широком понимании слова) можно в случае приобретения прав собственности на субъект, вынуждающий нас эти уступки осуществлять. Таким образом, перераспределяя прибавочную стоимость, мы приходим к созданию вертикально интегрированной корпорации. Очевидна необходимость высокой концентрации капитала и высокой доходности товарного производства.

Четвертый подход – создание ценового сговора. Для создания такого рода условий отсутствует необходимость концентрации финансовых средств, создания устойчивых связей с административными структурами. Для этого достаточно договоренности между субъектами (либо покупателями, либо продавцами). Недостаток такого подхода состоит в том, что сговор будет реализовываться до тех пор, пока условия, на которых он заключался, выгодны всем его участникам. Как только хотя бы один из участников будет понимать, что, нарушив его условия, он получит конкурентные преимущества – сговор разрушается, и ситуация может привести к более неблагоприятным последствиям для его остальных участников, чем отсутствие этого сговора. Очевидно, что создание легитимных условий, не позволяющих нарушить условия сговора, невозможно, так как в силу российского законодательства сам сговор незаконен.

Ни один из вышеуказанных подходов не объясняет финансовые преимущества кластеризации (кроме, может быть, четвертого, который нами не может рассматриваться как обоснование государством признанной кластерной политики в силу противоречий с законодательством).

Рассмотрим следующую модель, которая описывает мотивацию участников кластера, проявляющуюся в финансовой сфере, основанную на способах достижения локальных компромиссов. Предполагая, что понятие "кластер" подразумевает объединение хозяйствующих субъектов, географически расположенных в достаточно близком соседстве, можно заключить, что возможные кластерные преимущества возникают ввиду отсутствия издержек, так

или иначе связанных с преодолением товарами и ресурсами значительных расстояний.

В качестве первого достоинства "близких" хозяйственных связей можно считать низкие транспортные (логистические) издержки. Это проявляется в более низкой транспортной составляющей себестоимости продукции, передаваемой в вертикальной цепочке производства товара.

Во-вторых, географическая близость ЛПР и субъекта-контрагента снижает риск возможности уклонения контрагента/конкурента от ответственности за нанесение ущерба. Функционирование контрагента/конкурента на территории, на которой работают известные и доступные для контактов судебные и правоохранительные структуры, предполагает большую уверенность в том, что нарушения контрагента не останутся без наказания. Это, как и позиционирование субъектов в одной и той же социальной бизнес-среде, предопределяют более предсказуемое поведение ЛПР во взаимоотношениях.

Дополнительно можно указать на возможность визуального контроля за деятельностью контрагента/конкурента и доступную близость залоговых активов контрагента, что также снижает риски недобросовестного поведения последнего, хотя полностью их не исключает.

В-третьих, на принятие финансовых и коммуникационных решений, затрагивающих конфликтные вопросы, влияет наличие взаимных территориальных интересов близких субъектов (инфраструктура, социальная политика, местное налогообложение), требующих консолидации при лоббировании своих общих интересов в администрации.

Четвертым фактором можно признать эффект "презентационной" рекламы. Длительная производственная деятельность, распространенная на локальной территории, предполагает создание в сознании людей рекламных ориентиров. Таким образом, для участников кластера отпадает необходимость производить существенные затраты на рекламу своей товарной продукции. Более того, использование спе-

циализированных центров, реализующих товарную продукцию, характеризующую кластер, снижает издержки маркетинговой деятельности.

Следующим значимым моментом является естественное создание внутри исторически сложившихся кластеров научных школ, обеспечивающих техническое и технологическое развитие. Во многих регионах локально функционируют специализированные учебные заведения с развитой практической базой, образовательным опытом и методическими наработками. Создание собственных элементов такой инфраструктуры достаточно затратно и доступно только крупным корпорациям. Кластер позволяет ассоциировано использовать такого рода ресурс путем предоставления грантов, заключения хозяйственных договоров, кооперирования предприятий с учебно-научными центрами, создания элементов торговой, научной инфраструктуры, разделения затрат.

Однако возникают и некоторые функциональные ограничения для участников кластера.

Во-первых, участие в кластере будет предполагать отказ от вертикальной диверсификации деятельности, что предопределено недостатком средств.

Во-вторых, как показывают исследования психологов по управлению, участники кластера отдают предпочтение в деловых контактах территориально близким предприятиям. Это определяет снижение рисков, которое, с учетом невысокой эффективности, предполагает в соответствии с оптимальностью по Парето длительное пребывание в таких условиях.

В-третьих, внутри кластера должен отсутствовать явный организатор ассоциированных мероприятий. С нашей точки зрения, возможен один из четырех вариантов организационного управления кластером.

1) Присутствует лидер кластера – предприятие, обладающее, по-видимому, каким-то видом актива или рыночной позицией, которые позволили его руководству (собственникам) определять стратегию развития локального рынка. Однако, очевидно, что, ввиду существующего ограни-

чения доступных финансовых ресурсов, рано или поздно интересы представителей этого предприятия не совпадут с интересами иных участников кластера. Тогда реализуется ситуация неустойчивости, и кластер разрушится: участники не будут ограничивать себя в поисках новых партнеров, контакты с которыми будут обеспечивать им достижение прежних показателей доходности их бизнеса. Поэтому такая форма организации управления кластером является неустойчивой, временной.

2) Для организации ассоциированных мероприятий необходимо создавать специальный орган, которому предприятия делегируют часть своих прав по распоряжению активами. Деятельность сотрудников такого органа сложно мотивировать, поскольку синергетический эффект, возникающий в кластере, в том числе и от организационных мероприятий, сложно оценить и еще сложнее измерить, так как этот эффект может иметь отложенный характер.

Невозможность установить эффективную экспертизу качества работы такого органа, который, тем не менее, требует материальных затрат, указывает на то, что деятельность предприятий под эгидой такой администрации с четко не определяемыми правами и обязанностями длительно не просуществует.

3) Кластерные отношения, как наиболее защищающие местных производителей, навязываются администрацией субъекта Федерации или иного государственного или муниципального образования, понимающего необходимость экономического развития региона. При этом администрация создает свой центр руководства, который, с одной стороны, принимает на себя обеспечение консультативной поддержкой, организацию мероприятий, необходимых всем участникам (торговля, НИОКР, подготовка кадров и т.д.), с другой стороны, может лоббировать интересы участников этого кластера. Казалось бы, удобная форма для предприятий, которые по причинам недостаточности финансовых средств не в состоянии влиять на принятие необходимых им административных решений. Однако такая система админист-

рирования приведет к конфликту интересов администрации как представителя потребителей (населения) так и координатора производителей, получающего от их деятельности доход.

4) Инициаторы кластера возникают спонтанно. Интересы отдельных субъектов требуют согласованных инвестиций, действий по организации торговли и т.д. Возникновение лидерских отношений в этом случае может привести к кратковременному союзу, так как "подчиненные" предприятия будут участвовать в кластере до тех пор, пока это дает им некоторую выгоду. Лидеры, не использующие свое господствующее положение, выглядят нерациональными субъектами, поэтому их поведение должно анализироваться либо собственниками активов, либо правоохранными структурами в случае, если этот факт ничем не мотивирован или мотивирован нелегальными причинами. Ситуация, возникшая в результате "несправедливого" распределения выгод между лидерами и не лидерами, приведет к развалу кластера.

Таким образом, можно предположить, что организация кластера возможна лишь в случае отсутствия явного лидера, способного привести участников кластера к потере прав собственности на свои активы.

В-четвертых, механизмы финансового менеджмента внутри кластера видоизменены.

Одной из существенных особенностей предприятий, объединяющихся в кластеры, можно считать ограниченные объемы основных средств. Действительно, такое ограничение не позволяет создать высокие залоговые обязательства для получения кредитных займов, которые являются необходимым условием финансовой деятельности в современном мире. Использование только собственных средств предопределяет возможность длительного функционирования лишь на локальных рынках с существенно ограниченной конкуренцией. Появление на рынке игроков с более обширными финансовыми возможностями делает деятельность некредитуемых предприятий менее эффективной.

Существенные оборотные средства, которые, как уже было указано, могут появиться у крупных предприятий (например, большого объема ликвидных основных средств), позволяют реализовывать более финансовоемкие проекты, доходность которых является более высокой ввиду отсутствия в этом сегменте большого числа конкурентов. Ограничение оборотных средств влечет средний уровень издержек и, как правило, средний уровень прибыльности. Это определяет мотивацию объединения: консолидация финансовых активов (даже не столь полноценная, как в корпорациях) позволяет реализовать возможность если не увеличения прибыли, то хотя бы получения конкурентных преимуществ перед некластеризованными предприятиями.

В рамках кластера затраты на НИОКР, маркетинговые мероприятия могут быть перераспределены между участниками. Это не только снижает удельные издержки на эти цели, но и позволяет организовать некоторое разделение труда между субъектами кластера. Недостаточность средств не позволяет использовать собственнику конкурентные преимущества, получаемые в результате реализации таких мероприятий единолично, но при этом он получает то, что не смог бы получить некластеризованный субъект с аналогичным уровнем финансовых средств.

Таким образом, авторы разделяют классически определяемые кластеры на два вида – на кластеры, финансовые взаимоотношения в которых основаны на финансовых уступках, производимых для создания более длительных хозяйственных связей, и на группы предприятий, имеющих схожие идентификационные признаки (территориальные, отраслевые и т.д.).

Если изучение особенностей первого типа может привести к дополнительным возможностям ввиду оптимизации финансовых процессов, не описываемых классическим финансовым менеджментом, то интерес ко второму типу групп является чисто прикладным, так как сводится к рассмотрению взаимоотношений конкретных предприятий одного территориального

субъекта (на это указывает анализ последних диссертационных исследований, каждое из которых, на наш взгляд, вынуждено привязано к конкретному образованию, определяемому в данных исследованиях как кластер).

ВЫВОДЫ

Наиболее важным фактом, определяющим наличие кластера, авторы признают следующее. Идентификационным признаком принадлежности предприятия кластеру будем считать такую систему финансового управления, которая, в нарушение основных принципов ценообразования, выстраивает взаимоотношения с другими участниками так, чтобы, производя финансовые уступки предприятиям – участникам кластера, добиться более длительных во времени хозяйственных отношений и деловых связей. Это позволит снизить маркетинговые и логистические риски, а по-

лучение выгод будет возрастать лишь за счет более длительных во времени производственных действий. Факт наличия кластера определяется именно наличием такого идентификационного признака.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Брейли Р., Майерс С.* Принципы корпоративных финансов. – 2-е рус. изд. (пер. с 7-го междунар. изд.). – М.: ЗАО "Олимп-Бизнес", 2008.
2. *Масюк Н.Н., Бушуева М.А.* Инновационное развитие региона на основе кластеризации как формы виртуальной интеграции компаний // Территория новых возможностей. Вестник ВГУЭС. – Владивосток, 2012, № 3. С.102...107.
3. *Бушуева М.А.* Экономические интересы и внутрикластерное взаимодействие участников кластеров // Сб. матер. научн. конф. РАЕН: Социально-экономические и научно-технические проблемы развития современной России. – Иваново, 2010. С.11...13.

Рекомендована кафедрой финансов ИГТА. Поступила 08.02.13.