

საზღვარგარეთის ქვეყნების კლასტერული ჯგუფების საქმიანი კულტურები

კონსტანტინე თელია

სტუ-ს ბიზნეს ადმინისტრირების დოქტორი

რეზიუმე

კლასტერი ტერმინია კლასტერული ანალიზის ინსტრუმენტარიუმიდან, რომელიც ვითარდება XX საუკუნის შუახანებიდან და გამოიყენებოდა ისეთ სფეროებში, სადაც პირველადი მონაცემების უზარმაზარი მასივი იყო და ამ ცნებას ეკონომიკური შინაარსი არ ჰქონდა. კლასტერული ანალიზი მათემატიკური პროცედურაა, რომელიც ობიექტების ნაკრების მახასიათებელია მრავალი მაჩვენებლის საფუძველზე საშუალებას იძლევა, ისინი კლასებად (კლასტერებად) დავაჯგუფოთ, ისე რომ ერთ კლასში შესული ობიექტები იყოს უფრო ერთგვაროვანი და მსგავსი იმ ობიექტებისა, რომლებიც შედის სხვა კლასებში. ობიექტების რიცხოვნობად გამოხატული პარამეტრების საფუძველზე გამოითვლება მათ შორის მანძილი. მეთოდი პირველად 1939 წელს რ. ტრიონმა გამოიყენა და მანვე უწოდა ამ მეთოდს კლასტერული ანალიზი.

ეკონომიკურ ლიტერატურაში სპეციალისტების განმარტებით კლასტერი არის კომპლექსური ცნება, რომელიც გულისხმობს „სამრეწველო, გეოგრაფიულად ახლო ურთიერთდაკავშირებული კომპანიების და სხვა ორგანიზაციებს ჯგუფს, რომლებიც მოქმედებენ განსაზღვრულ სფეროში და ხასიათდებიან საქმიანობის ერთიანობითა ან/და ურთიერთშეკავშირებით“. ზოგიერთ ნაშრომში კლასტერებს უწოდებენ „სამრეწველო“ ან „ინდუსტრიულ რაიონებს“.

საკვანძო სიტყვები: საზღვარგარეთის ქვეყნები, საქმიანი კულტურები, კლასტერები, ბიზნეს ადმინისტრირება, მართვა.

BUSINESS CULTURES OF CLUSTER GROUPS IN FOREIGN COUNTRIES

Konstantine Telia

Doctor of Business Administration of GTU

RESUME

Cluster is a term from the cluster analysis, which has been developing since the middle of the 20th century and was used in areas where there was a huge array of primary data and this concept had no economic content. Cluster analysis is a mathematical procedure that, based on the characteristics of a set of objects, allows us to group them into classes (clusters), so that the objects included in one class are more similar to the objects included in other classes. Based on the numerically

expressed parameters of the objects, the distance between them is calculated. The method was used for the first time in 1939 by R. Tryon and he called this method „cluster analysis“.

According to the definition of specialists in the economic literature, a cluster is a complex concept that refers to “a group of industrial, geographically close interconnected companies and other organizations that operate in a defined field and are characterized by the unity and/or complementarity of activities.” In some works, clusters are called “industrial” or “industrial districts”.

Key words: foreign countries, business cultures, clusters, business administration, management.

ძირითადი ტექსტი

პორტერის (2008) აზრით, კლასტერი, ეს არის გეოგრაფიულად მეზობლად მყოფი ურთიერთდაკავშირებული კომპანიათა ჯგუფი და მასთან დაკავშირებული ორგანიზაციები, რომლებიც მოქმედებენ გარკვეულ სფეროში და ხასიათდებიან საქმიანობის ერთიანობით, ამასთანავე ავსებენ ერთმანეთს. ამ განსაზღვრებაში ძირითადი აქცენტი კეთდება საწარმოს კლასტერების სამ ძირითად თვისებაზე:

- გეოგრაფიული ლოკალიზაცია. პორტერის მიხედვით, კლასტერის მასშტაბი შეიძლება ვარიირდეს ერთი ქალაქიდან ან რეგიონიდან ქვეყნამდე ან რამდენიმე ქვეყნამდეც კი.

- ურთიერთკავშირი საწარმოებს შორის. პორტერი აღნიშნავდა, რომ კლასტერი არის ურთიერთდაკავშირებული საწარმოების ქსელის ფორმა და კავშირის უფრო ღრმა განვითარება მოწმობს თავად კლასტერის განვითარების ხარისხზე.

- დარგების ტექნოლოგიური ურთიერთკავშირი. კლასტერში არსებობს ტექნოლოგიურად ურთიერთდაკავშირებული სხვადასხვა დარგის საწარმოები. ჩვეულებრივ ეს მზა პროდუქტის კომპანიებია; წარმოების სპეციალიზებული ფაქტორების, კომპონენტების, მანქანების მიმწოდებლები, აგრეთვე სერვისული მომსახურების; ფინანსური ინსტიტუტები და სხვა.

კულტურული განსხვავებების მრავალფეროვნებამ მკვლევარები მიიყვანა კლასტერული დაჯგუფებების-მსგავსი კულტურების მიხედვით ქვეყნების გაერთიანების იდეასთან. ერთ-ერთი ასეთი იდეა რონენმა და შენკარმა შემოგვთავაზეს. მათ გა-

მოყვებს ის სამი ძირითადი განზომილება, რომელიც აუცილებელია კლასტერიზაციის პროცესისათვის : გეოგრაფია, ენა და რელიგია.

რონენისა და შენკარის (2013) აზრით, ეს განზომილებები ერთმანეთთან მჭიდროდაა გადაჯაჭვული და დამოკიდებული. თუმცა, ასევე გამოკვეთეს აზრი იმის შესახებაც, რომ გეოგრაფია უმთავრესი განზომილებაა და თავისი მნიშვნელობით წინ უძღვის ენასა და რელიგიას. ისინი ეთანხმებიან ვებერის აზრს იმის შესახებ, რომ ტექნოლოგიებისა და ეკონომიკის განვითარების დონე (ხშირად გამოხატული მთლიანი ეროვნული პროდუქტით) მნიშვნელოვნად ახდენს გავლელას მენეჯერულ სტილზე, კულტურულ ღირებულებებსა და რწმენაზე.

ავტორებმა კვლევაზე დაფუძნებით გამოყვეს შემდეგი რვა კლასტერი და მათში შემავალი ქვეყნები. ესენია :

- სკანდინავიური - ფინეთი, ნორვეგია, შვედეთი, დანია;
- გერმანული - გერმანია, ავსტრია, შვეიცარია;
- ინგლისურენოვანი - აშშ, კანადა, ახალი ზელანდია, გაერთიანებული სამეფო, ირლანდია, სამხრეთ აფრიკა;
- ლათინური ევროპა - ესპანეთი, პორტუგალია, საფრანგეთი, იტალია, ბელგია;
- ლათინური ამერიკა - არგენტინა, ვენესუელა, ჩილე, მექსიკა, პერუ, კოლუმბია;
- შორეული აღმოსავლეთი - ტაილანდი, ტაივანი, ვიეტნამი, ინდონეზია, ფილიპინები , ჰონგ-კონგი, მალაიზია, სინგაპური;
- ახლო აღმოსავლეთი - თურქეთი, ირანი , საბერძნეთი;
- არაბული - ბაჰრეინი , საუდის არაბეთი, ომან, ქუვეითი, არაბეთის გაერთიანებული საამიროები, აბუ-დაბი.

ისეთი ქვეყნები კი როგორიცაა ბრაზილია, იაპონია, ინდოეთი, და ისრაელი არ შევიდა არც ერთ კლასტერში. ამ კლასიფიკაციის შემეცნებითი მნიშვნელობა რა თქმა უნდა ცხადია, მაგრამ ამავე დროს სასურველია დავეთანხმოთ იმ კვლევებს, რომლებიც მიუთითებენ მის საპირისპიროს : მაგალითად, კულტურული კუთხით თურქეთის და საბერძნეთის ერთ კლასტერში მოთავსება, როგორც ჩანს, უსამართლოა. ასევე ზოგიერთი მკვლევარი ინდოეთსა და ისრაელს ინგლისურენოვან კლასტერში ათავსებს, გამომდინარე მათი მჭიდრო კავშირისა ამ ქვეყნებთან. სხვანი გერმანულსა და სკანდინავიურ კლასტერებს აერთიანებენ. დანარჩენებს კი სწამთ, რომ ისეთი ლათინო ევროპული ქვეყნები, როგორიცაა იტალია, პორტუგალია და ესპანეთი კულტურულად უფრო ახლოსაა სამხრეთ ამერიკულ ქვეყნებთან და მათ კლასიფიკაციას ერთ ჯგუფში ახდენენ.

რონინისა და შენკარის აზრით, კლასტერიზაციის პროცესი მულტიკულტურულ ორგანიზაცი-

ებში დასაქმებულ მენეჯერებს ეხმარება ქვეყნებს შორის ძირითადი განსხვავებებისა და მსგავსებების აღქმაში. ამ ცოდნის მეშვეობით მათ უადვილდებათ დადონ საერთაშორისო შეთანხმებები, ჩამოაყალიბონ კონკურენტუნარიანი რეგიონული ერთეულები და მიღებული შედეგები განაზოგადონ ამა თუ იმ კონკრეტულ კლასტერში შემავალ ქვეყნებზე.

მსოფლიო ეკონომიკის გლობალიზაციის განვითარების თანამედროვე ეტაპე სულ უფრო და უფრო მზარდ მნიშვნელობას იძენს ისეთი ახალი ტექნოლოგიები, როგორიცაა მაკროელექტრონიკა, რობოტოტექნიკა, ტელეკომუნიკაცია, ახალი მასალები, ბიოტექნოლოგია, გენური ინჟინერია და სხვა, სადაც იმპეატივი ცოდნას და მუდმივ ინოვაციებს ეკუთვნის, რაც მესამე ათასწლეულის ეკონომიკის მოდელს განსაზღვრავს. წარმოებაში მეცნიერების სულ უფრო მეტად გამოყენება ნებისმიერი ქვეყნისათვის გადამწყვეტია, რომ გლობალურ ბაზარზე მყარი პოზიცია დაიკავოს მაქსიმალური მოგების მიღებისა და შესაბამისად, საკუთარი მოსახლეობის ცხოვების მაღალი დონის უზრუნველყოფის მიზნით. იმ გზების ძიებას და ისეთი ეკონომიკური პოლიტიკის შემუშავებას, რომელიც ზემოაღნიშნულ გამოწვევას პასუხობს, სახელმწიფოს მიერ ინოვაციური პროცესებისა და ქვეყნის კონკურენტუნარიანი ეროვნული მოდელის შექმნა უმნიშვნელოვანესი ამოცანაა ნებისმიერი ეროვნული ეკონომიკის სტრატეგიული განვითარებისათვის. ამ მიზნის მისაღწევად ყველა მთავრობის ამოცანაა საერთო ბიზნესგარემოს გაუმჯობესება, რომლითაც ქვეყანაში არსებული ყველა ფირმა ისარგებლებს. ასეთ ღონისძიებათა რიცხვს მიეკუთვნება მაკროეკონომიკური სტაბილიზაცია, დაზოგვის წახალისებისაკენ მიმართული დაბეგვრის პოლიტიკა, ინვესტიციები და საბაზისო კვლევებში, სასწავლო და სამეცნიერო დაწესებულებების განვითარების ხელშეწყობა, ინფრასტრუქტურის გაუმჯობესება. იგივე მიზნის მისაღწევად სახელმწიფომ შეიძლება განსხვავებულ პოლიტიკასაც მიმართოს და პირდაპირი დახმარება გაუწიოს ცალკეულ ფირმებს მცირე ბიზნესის ხელშეწყობის, ექსპორტ-იმპორტ ბანკების, ტექნიკური დახმარების პროგრამების, კვალიფიკაციური მუშახელისათვის სწავლების შესაძლებლობების, მცირე ბიზნესის წახალისებაზე ორიენტირებული შესყიდვების პოლიტიკის, მიზნობრივი გრანტებისა და სხვა საშუალებების გამოყენებით. მეცნიერებაზე დაფუძნებული ეკონომიკის პირობებში ზემოაღნიშნული პოლიტიკები არც თუ ისე დიდ შედეგს იძლევა. დღეს მნიშვნელოვანია თავისთავად არა მრეწველობა და ან მომსახურების სფეროების განვითარება, არამედ ტექნოლოგია და კვალიფიკაცია, რომელიც საქონლისა და მომსახურების წარმოებაში გამოიყენება. სულ რაღაც ბოლო ორი ათწლედი, რაც განვითარებული სა-

ხელმწიფოების უმრავლესობამ ეკონომიკურ პოლიტიკაში კლასტერულ მიდგომას მიაპყრო ყურადღება. ფირმების კონკურენციული უპირატესობა ამა თუ იმ ქვეყანაში ადგილობრივი თავისებურებების წყალობით იქმნება და ვითარდება. იმ ფაქტებისა და ელემენტების გამოვლენას, რომელიც ხელს უწყობს ეკონომიკური ეფექტიანობის ზრდას და გლობალურ ბაზრებზე მყარი პოზიციების დაკავებას და შემდგომში ხანგრძლივი დროით შენარჩუნებას, ბევრი მეცნიერ-ეკონომისტის ნაშრომები ეხება. ერთ-ერთი ყველაზე პოპულარული მიდგომა „კლასტერული განვითარების თეორიის“ სახელწოდებითაა ცნობილი, რომლის ფუძემდებელი მაიკლ პორტერია. მართალია, ამ მოვლენის ანალიზი მანამდეც ხორციელდებოდა სხვადასხვა მეცნიერის ნაშრომებში, მაგრამ სრულყოფილი თეორიის სახით, სადაც დეტალურადაა გაანალიზებული და ახსნილი კლასტერის წარმოშობის, განვითარების ან თუნდაც დაცემის პროცესები და მიზეზ-შედეგობრივი კავშირები, არ გვხვდება. ამისათვის სახელმწიფოს უზარმაზარი სამუშაოს ჩატარება, მათ შორის აურაცხელი ემპირული მონაცემების და დამუშავება მოუწია, რომელთა საფუძველზეც ჩამოაყალიბა ზემოაღნიშნული თეორია. მან სხვადასხვა ქვეყნის 100-ზე მეტი დარგის კონკურენტუნარიანობის წყაროები და მათი პოზიციები შეისწავლა. პორტერმა ყურადღება მიაქცია იმ ფაქტს, რომ ერთი დარგის ფირმები, რომლებიც საერთაშორისო ბაზრებზე მყარ პოზიციებს ფლობენ, როგორ წესი, განლაგებულია არაქაოტურად, არამედ კონცენტრირებულია ერთ ქვეყანაში, ხანდახან ერთი ქვეყნის ერთსა და იმავე რეგიონშიც კი. ეს შემთხვევითი მოვლენა არაა. მსოფლიო ბაზარზე კონკურენტუნარიანი ერთი ან რამდენიმე ფირმა თავის წარმატებას და ეფექტიანობას ახლომდებარე და მასთან დაკავშირებულ მომწოდებლებზე, მომხმარებლებსა და ეკონომიკური ჯგუფებისა და ეკონომიკური აგენტების ერთობლიობას - მპორტერი კლასტერს უწოდებს. „კლასტერი“ ინგლისური სიტყვაა და „მტევანს“, „კონას“ ნიშნავს. მაიკლ პორტერის განმარტების თანახმად, კლასტერი არის გარკვეული სფეროში ურთიერთდაკავშირებული კომპანიებისა და ასოცირებული ინსტიტუტების გეოგრაფიულად კონცენტრირებული ჯგუფი, რომელიც ხასიათდება ვერტიკალური (მომხმარებელი/მომწოდებელი) ან ჰორიზონტალური (საერთო ბაზარი, მსგავსი ან მონათესავე ტექნოლოგია, შუამავლები და ა.შ.) ურთიერთობით. მოწინავე ქვეყნების ეკონომიკაში კონკურენცია ცოდნისა და უნარ-ჩვევების გამოყენების ეფექტიანობას ეფუძნება. ამ თვალსაზრისით, კლასტერების მნიშვნელობა განუზომელია, რადგან სწორედ ისინი ასრულებენ ფუნდამენტურ როლს ცოდნის დაგროვების, ინოვაციების დანერგვის, უნარ-ჩვევების დაგროვებისა და გაუმჯობესების

კუთხით. მათი მნიშვნელობა გლობალიზაციის გაღრმავების თანხვედნილად იზრდება. განვითარებული კომუნიკაციებისა და სატრანსპორტო საშუალებების წყალობით, ფირმები წარმოებისათვის უიაფეს და საქონლისა და მომსახურების გაყიდვისათვის ყველაზე უფრო მომგებიან ადგილს მთელ პლანეტის მასშტაბით ეძებენ. ასეთ პირობებში ფირმის მიერ კონკურენციული უპირატესობების შექმნისათვის ბიზნესთან პირდაპირი კავშირის არმქონე ეროვნული ინსტიტუტები გადამწყვეტ მნიშვნელობას იძენს. ეს შეიძლება იყოს ტექნიკური სკოლები, სპეციალიზებული ინფრასტრუქტურა, უნივერსიტეტის სამეცნიერო-კვლევითი განყოფილებები, მრეწველობის ან სხვა დარგის ასოციაციები. გლობალიზაციის წყალობით, გამჭვირვალე ეროვნული საზღვრები კლასტერების მნიშვნელობას აძლიერებს, რადგან კონკურენციის არეალი ფართოვდება. ეს მოვლენა კლასტერებს გაძლიერების საშუალებას აძლევს, ხოლო არაეფექტიანი კლასტერების პოზიციები სუსდება. გლობალიზაცია კონკურენტული უპირატესობის ბევრ ტრადიციულ წყაროს ანადგურებს, რომელთა გამოყენება ნებისმიერ ფირმას იოლად შეუძლია. ასეთი წყაროებია იაფი მუშახელი, ნედლეული, ძირითადი ტექნოლოგიები. ამრიგად, პარადოქსია, მაგრამ ფაქტია, რომ კლასტერის მიერ შექმნილი ეროვნული უპირატესობები უფრო მნიშვნელოვანია გლობალური კონკურენციისას. განვიხილოთ კლასტერების ფუნქციონირების პორტერი-სეული მექანიზმი. მის მიერ აღწერილი ფაქტორები ქმნის ე.წ. „ეროვნული რომბს“, რაც განსაზღვრავს კლასტერის შექმნის მექანიზმსა და მის ბუნებას. ამ მოდელისათვის დამახასიათებელია ყველა ფაქტორს შორის მიზეზ-შედეგობრივი კავშირი და ურთიერთდამოკიდებულება. მიკრო-ეკონომიკურ დონეზე შედეგი ფაქტორები განსაზღვრავს კლასტერის დინამიკას: მოცემული არეალის თავდაპირველი რესურსები და არსებული ეკონომიკური გარემო. თავდაპირველ რესურსებში არ იგულისხმება მხოლოდ მატერიალური რესურსები, აქ პორტერი მოიაზრებს, აგრეთვე, იმ პირობებსაც, რომელიც ხელს უწყობს ახალი ბიზნესის წამოწყევას. ხოლო ეკონომიკური გარემო ხასიათდება მოცემულ სფეროში მოქმედი ფირმების რაოდენობით, ახალი ბიზნესის წამოწყების შესაძლებლობებითა და იმ გეოგრაფიულ რეგიონისათვის დამახასიათებელი მენარმეობის კულტურით;

- კომპანიების სტრატეგიები და კონკურენციული გარემო გავლენას ახდენს ფირმების ევოლუციაზე, რადგან ისინი იძულებულნი არიან ბაზარს სპეციალური მომსახურება და პროდუქტი შესთავაზონ, გაზარდონ ხარისხი და თანამშრომლობა, რათა მაღალი მოთხოვნილებები დააკმაყოფილონ. გაზრდილი კონკურენცია კომპანიებს აიძლევს განვითარდნენ და დანერგონ ინოვაციები; ბაზრის პი-

რობები შეთავაზებულ პროდუქტსა და მომსახურებაზე მოთხოვნა. კლიენტის საჭიროებების გარეშე არ იარსებებდა სამენარმეო ინიციატივები რეგიონის რესურსების შესაძლებლობების უკეთესად გამოყენებისთვის. საბოლოო ანგარიშით, თავდაპირველი ბაზარი კლასტერული კონკურენციული გარემოს წყალობით ფართოვდება;

- მონათესავე და დამხმარე დარგები კლასტერის ფირმებს საშუალებას აძლევს, განვითარდნენ და თავიანთი კონკურენციული უპირატესობა მყარად შეინარჩუნონ. ინოვაციების თვალსაზრისით, მნიშვნელოვანი ფაქტორია უნივერსიტეტები და კვლევითი ცენტრები, რომლებიც ახალი ტექნოლოგიების შემოშავებაზე არიან ფოკუსირებულნი; „ეროვნული რომბის“ ზემოქანმოთვლილი დეტერმინანტების გარდა, კლასტერული განვითარებისათვის უაღრესად მნიშვნელოვანია ინოვაციები და ინფორმაციის მუდმივი გაცვლა, რაც შეიძლება განხორციელდეს :

- პირდაპირი გაცვლით - ტექნოლოგიურ თანამშრომლობის საშუალებით ან ახალი ტექნოლოგიების შეძენით;

- არაპირდაპირი გაცვლით - სამუშაო ძალის მიგრაციისა ან კონკურენციაზე დაკვირვების ან მისი გაანალიზებისა და შესწავლის საშუალებით;

- არაპირდაპირი გაცვლით - კვლევების შედეგად მიღებული ახალ იდეებსა ან ტექნოლოგიებზე დაფუძნებული ახალი ბიზნესის ხელშეწყობის თანხმლები ეფექტებით.

დასკვნა

ზემოთქმულიდან გამომდინარე, აღსანიშნავია, რომ კლასტერი განსაკუთრებულად აძლიერებს რესურსების გამოყენების ეფექტიანობას. საერთაშორისო კონკურენციის გარეშე რესურსების მწარმოებლურობის დონე ერთ ქვეყანაში, ფაქტობრივად, დამოკიდებული არ იქნებოდა სხვა ქვეყნებში არსებულ მდგომარეობაზე. საერთაშორისო ვაჭრობა და კაპიტალის გატანა ქვეყნის რესურსების გამოყენების ეფექტიანობის ამალლების საშუალებაა. კლასტერის ბუნებისა და მისი მოქმედების პრინციპების უკეთ გასაანალიზებლად განვიხილოთ ფირმების დაჯგუფების სხვადასხვა ტიპი და შევადაროთ მათი მოქმედების მეანიზმები.

მეცნიერები: მალბერგი, სოლველი და ზანდერი გამოყოფენ ფირმების აგლომერატების ოთხ მოდელს :

- ურბანული აგლომერატი - სხვადასხვა დარგის ფირმების დაჯგუფება;

- სამრეწველო უბნები - ერთი და იგივე დარგის ფირმების დაჯგუფება;

- ინოვაციური აგლომერატები - ინოვაციაზე ორიენტირებული სხვადასხვა დარგის ფირმების დაჯგუფება;

- კლასტერები - ინოვაციაზე ორიენტირებული ერთი და იმავე დარგის ფირმების დაჯგუფება.

მეცნიერების მ. პორტერისა და პ. კრუგმანის აზრით, კლასტერი ეკონომიკური აგლომერატია, რომელიც შექმნილია ერთი და იმავე დარგის ან მონათესავე დარგის ფირმების მიერ, სადაც ინოვაციები კონკურენციის გამძაფრებისა და ფირმების განვითარებისათვის მნიშვნელოვანი ფაქტორია.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. Simcha Ronen and Oded Shenkar. Journal of International Business Studies

2. Vol. 44, No. 9 (December 2013), pp. 867-897 (31 pages) Published By: Palgrave

3. Bassett K, Griffiths R, Smith I (2002) Cultural industries, cultural clusters and the city: The example of natural history film-making in Bristol. *Geoforum* 33(2): 165-177.

4. Benneworth P, Henry N (2004) Where is the value added in the cluster approach? Hermeneutic theorising, economic geography and clusters as a multiperspectival approach. *Urban Studies* 41(5/6): 1011-1023.

5. Belussi F(2006) In search of a useful theory of spatial clustering: Agglomeration versus active clustering. In: Asheim B, Cooke P, Martin R (eds) *Cluster and Regional Development: Critical Reflections and Explorations*. London: Routledge, pp. 69-89.