

კლასტერული ინიციატივები და კლასტერული კონსეფციები

შინაარსი

← 2.1. კლასტერის გამოკვლევა და კლასტერული პოლიტიკა ევროპის მცირე ქვეყნებში

← 2.2. პორტერისა და მ. ენრაიტის კონცეფციები კლასტერების გამოყოფის მეთოდოლოგიათა უპირატესობები და ნაკლოვანებები

← 2.3. კლასტერისა და დამატებული ღირებულების შექმნის ჯაჭვის ურთიერთქმედების კონცეფცია

2.1. კლასტერის გამოკვლევა და კლასტერული პოლიტიკა ევროპის მცირე ქვეყნებში

კლასტერული მიდგომა, მ. პორტერის და მ. ენრაიტის კვლევის შედეგების თეორეტიზაციის შემდეგ, ბევრ ქვეყანაში გახდა სახელმწიფო პოლიტიკის ნაწილი სახელმწიფოს კონკურენტუნარიანობის ამაღლებაზე რეგიონების კონკურენტუნარიანობის განვითარებით. დასავლეთი და ჩრდილოეთი ევროპის მცირე ქვეყნები ერთ-ერთი პიონერები იყვნენ თავიანთ ტერიტორიაზე სამრეწველო და რეგიონული კლასტერების გამოყოფის შესახებ კვლევებში.

პორტუგალიაში კვლევები კლასტერების გამოკვლევაზე 1994 წლიდან დაიწყო პორტუგალიის მთავრობის ინიციატივით, რომელმაც უფლება მისცა მ. პორტერის ჯგუფს, გამოეყო მცირე და საშუალო საწარმოთა კლასტერები კომპანია „მონიტორ გრუპის“ პროექტის ფარგლებში. გამოიყო მრეწველობის დარგები, რომელთაც შეჰქონდათ ყველაზე მეტი წვლილი პორტუგალიის კონკურენტუნარიანობის განვითარებაში. კვლევები ტარდებოდა ქვეყნის საექსპორტო ყველა სახის საქონელზე სტატისტიკური მონაცემების საფუძველზე. ის საქონელი, რომელიც ზრდიდა თავის წილს მსოფლიო ექსპორტში, კონკურენტუნარიანად აღიარეს. ხოლო კომპანიები, რომლებიც

აწარმოებდა ამ საქონელს და გეოგრაფიულად კონცენტრირებული იყვნენ სივრცეში, გაერთიანდნენ კლასტერებად. სულ მ. პორტერის ჯგუფმა გამოყო 33 კლასტერი. ამ გამოყოფილი კლასტერების მთავარი თავისებურება იყო მათი კერძო გეოგრაფიული კონცენტრაცია. კლასტერებზე რამდენიმე წლის განმავლობაში დაკვირვების შემდეგ ცხადი გახდა, რომ გამოყოფილი კლასტერებიდან ზოგიერთი ჯერ კიდევ არ იყო კლასტერი, ვინაიდან მათში არ იყო კავშირი ფირმებს შორის, თუმცა, ამის მიუხედავად, ისინი კონცენტრირდებოდნენ ერთ შტანდორტში (შიდასაფირმო კავშირის გარეშე კლასტერს არ შეუძლია განვითარება, იმიტომ რომ მასში არ არის ინოვაციური გარემო). ასეთი კლასტერები მიაკუთვნეს „განუვითარებელი“ კლასტერების ტიპს. მიუხედავად ამისა, ყველა გამოყოფილმა კლასტერმა მიიღო სახელმწიფო მხარდაჭერა, რომელიც მალე შეიძლება სრულყოფილ კლასტერულ პოლიტიკად ტრანსფორმირდეს.

ავსტრიაში მკვლევრებმა კ. ჰასლერმა და კ. რამერმა გამოკვლეს 76 კლასტერი, რომლებიც დაიყო 6 ძირითად ტიპად: საწარმოო კლასტერები, გამანაწილებელი კლასტერები, ტექნოლოგიური კლასტერები, საექსპორტო კლასტერები, საგანმანათლებლო კლასტერები და შერეული კლასტერები (სხვა ტიპის კლასტერების ელემენტებით). იმისთვის რომ გატარებულიყო სახელმწიფო პოლიტიკა ქვეყნის ექსპორტის კონკურენტუნარიანობის ასამაღლებლად, გამოიყო 16 სამრეწველო კლასტერი. გამოყოფის პრინციპები იყო შემდეგი: კლასტერები ორიენტირებული უნდა ყოფილიყვნენ მომხმარებელზე და ჰქონოდათ თავიანთ შიგნით მკაფიო ჰორიზონტალური და ვერტიკალური კავშირი ფირმებს შორის.

ავსტრიის მიწების განვითარების პროგრამა დაეფუძნა კლასტერულ მიდგომაზე. მაგალითად, ფედერალურ მიწაზე – ზემო ავსტრია –

1998 წლიდან ვითარდება პროგრამა „კლასტერების მიწა – ინოვაციები კოოპერაციის მეშვეობით“, რომელიც აერთიანებს 8 სამრეწველო კლასტერს. განსაკუთრებით ცნობილია რეგიონული საავტომობილო კლასტერის განვითარების პროექტი შტრიის ფედერალურ მიწაზე. ამასთან, ზოგიერთი მკვლევარი ხაზგასმით აღნიშნავს, რომ შტრიამ გამოიყენა კლასტერული კონცეფცია და გაუკეთა თავის თავს „ბრენდი“ უცხოური ინვესტიციების მოსაზიდად. ეროვნულ დონეზე მეცნიერებატევადი ფირმების კლასტერთა ჩამოყალიბების იდეა „ცოდნის ცენტრების განვითარების პროგრამად“ 1997 წელს იქცა. ამ პროგრამის მიზანი იყო ბიზნესსა და აკადემიურ წრეებს შორის ურთიერთქმედების გაუმჯობესება „ცოდნის ცენტრების“ შექმნით.

ფინეთში ქვეყნის კონკურენტული უპირატესობების შესწავლა დაიწყო მას შემდეგ, რაც 1990 წელს გამოქვეყნდა მ. პორტერის წიგნი „ქვეყნების კონკურენტული უპირატესობები“. კვლევა ხორციელდებოდა 4 ეტაპად. პირველ ეტაპზე ჩატარდა ფინური საქონლის ყველა საექსპორტო კვოტის შედარება საერთო მსოფლიო ექსპორტში ფინური ექსპორტის კვოტასთან. ის დარგები, რომლებშიც აღინიშნებოდა უარყოფითი სავაჭრო ბალანსი, სიიდან ირიცხებოდა; აგრეთვე, განიხილებოდნენ ფინეთის მთავარი სავაჭრო პარტნიორები მოცემული ტიპის პროდუქტის ექსპორტში, და თუ ვაჭრობა ხდებოდა მხოლოდ ფინეთის გეოგრაფიულ მეზობლებთან, მაშინ ანალიზიდან ასეთი საქონელიც გამოირიცხებოდა. მეორე ეტაპზე შეადგინეს ფირმათა სია, რომლებიც დაკავებული იყვნენ საექსპორტო საქონლის წარმოებით. ყველა კომპანია და მათ მიერ წარმოებული პროდუქტი ფუნქციური კავშირის მიხედვით დააჯგუფეს. ექსპერტებმა დაასკვნეს, ნამდვილად ჰქონდა თუ არ გამოყოფილ კლასტერებს მჭიდრო პორიზონტალური და ვერტიკალური კავშირი ფირმებს შორის (მესამე ეტაპი). ამის შემდეგ შეისწავლეს გამოყოფილი კლასტერების ფორმირების ისტორია. ბოლო ეტაპზე დაიწყო ფინეთის კლასტერების უშუალო შესწავლა: ტარდებოდა გამოკითხვები და ემპირიული კვლევა იმის გამოსარკვევად, როგორ შეიძლება კლასტერის განვითარების სტიმულირება და მისი კონკურენტუნარიანობის

გაუმჯობესება. სულ გამოიყო 10 სამრეწველო კლასტერი. გამოყოფილი კლასტერები კლასტერული პოლიტიკის გატარების საფუძველი გახდა, ის კი, ცოდნის ცენტრების განვითარების პროგრამასთან ერთად, 1990-იანი წლებიდან – ქვეყნის კონკურენტუნარიანობის განვითარების საფუძველი. შევნიშნავთ, რომ 1996 წელს განსაზღვრული ტელესაკომუნიკაციო და ჯანდაცვის კლასტერები, როგორც „პოტენციური“, დღესდღეობით „ლოკომოტივია“ ფინური ეკონომიკის განვითარებაში.

შვედეთში 1991 წელს გამოიყო 7 ეროვნული მასშტაბის კლასტერი: მეტალურგიული საკონსტრუქციო მასალების წარმოების, ხე-ტყის, სატრანსპორტო, ენერგეტიკული, გამანაწილებელი, ტელესაკომუნიკაციო და ღივერსიფიცირებული მომსახურების. სამუშაო ტარდებოდა მკვლევართა ჯგუფის მიერ მ. პორტერის და შვედი ეკონომისტის ო. სოლველის ხელმძღვანელობით.

2002 წელს ჩატარდა შვედური კლასტერების მეორე გამოკვლევა. პორტერის მეთოდით, რომელიც გულისხმობდა ლოკალიზაციის კოეფიციენტისა და დარგთაშორისი ბალანსის ცხრილის გამოყენებას. განისაზღვრა კლასტერები შვედეთის პრაქტიკულად ყველა რეგიონში. თუმცა აუცილებელია აღინიშნოს, რომ მეორე შემთხვევაში უფრო ქვეყნის რეგიონების სპეციალიზაცია განისაზღვრა, ვინაიდან ლოკალიზაციის კოეფიციენტის მაჩვენებელი არაფერს გვეუბნება იმის შესახებ, რეგიონში ფუნქციონირებს რამდენიმე მცირე ფირმა კლასტერებში თუ მხოლოდ ერთი მსხვილი კომპანია მდებარეობს.

ბელგიაში წარმოების კლასტერიზაციის ფენომენი შეისწავლებოდა რეგიონულ დონეზე (ქვეყნის სამ რეგიონში – ფლანდრიაში, ვალონიაში და ბრიუსელში), ამასთან, კლასტერების კვლევაში პიონერებად შეიძლება ჩაითვალოს ფლამანდიელები. რეგიონულ კლასტერებად იგულისხმებოდა „ადგილობრივი კერძო და საზოგადოებრივი ორგანოების საწარმოთა ჯგუფები, კვლევით/საგანმანათლებლო/შემსწავლელი ორგანიზაციები, რომლებიც ხელს უწყობდნენ მეწარმეებს, ისინი გაერთანებული იყვნენ მჭიდრო გეოგრაფიულ და ტექნოლოგიურად განცალკევებულ ქსელში“. მოგვიანებით დაიწყო საუწყებოთაშორისო ბალანსის მეთოდის

გამოყენებაც, რომლის დახმარებითაც მოხდა ეკონომიკის სექტორების კლასიფიცირება „მუდმივად მოქმედი ურთიერთკავშირით მიმწოდებლებსა და მყიდველებს შორის ერთ ეკონომიკურ კლასტერში“. ამ მეთოდის დახმარებით განისაზღვრა 5, ე. წ. მეგაკლასტერი: (1) ტრანსპორტი და განაწილება, (2) მშენებლობა და მეტალურგია, (3) აგროსაკვები კლასტერი, (4) ქიმიური მრეწველობა და (5) მომსახურება. მ. პორტერის მეთოდის დახმარებით ვალონიაში გამოიყო რეგიონის ტექნოლოგიური კონკურენტუნარიანი 40 სფერო.

შვეიცარიაში კლასტერების განსაზღვრა ბელგიელი მკვლევრების გამოცდილებაზე აიგო. ანალიზის შედეგად გამოვლინდა 7 კლასტერი უკუკავშირითა და 5 კლასტერი პირდაპირი კავშირით, რამაც შედეგად მოგვცა 5 მეგაკლასტერი. მეგაკლასტერებისაგან განზე დარჩა ფირმები ისეთ დარგებში, როგორიცაა: ტყავისა და ფეხსაცმლის წარმოება, ნავთობგადამუშავება, სარკინიგზო მოწყობილობის წარმოება, სერვისი, რომელიც დაკავშირებულია სარკინიგზო და სამდინარო ტრანსპორტთან, ასევე საკომუნიკაციო მომსახურება.

ნიდერლანდებში კლასტერიზაციის პროცესის კვლევა ტარდებოდა სხვადასხვა მეთოდის დახმარებით. 1990-იანი წლების დამდეგს კლასტერებს მიეძღვნა რამდენიმე ნაშრომი, რომლებიც აღწერდა ქვეყნის ყველაზე კონკურენტუნარიან დარგებს. ხოლო დარგთა 214 სამრეწველო ჯგუფის, 650-ე კატეგორიის პროდუქტებისა და 260-ე კატეგორიის ეკონომიკური საქმიანობის გამოკვლევისას გამოიყენებოდა საუწყებოთაშორისო ბალანსის მატრიცის მეთოდი. ასეთი მატრიცის დახმარებით გამოიყო ეროვნული კლასტერების 12 დიდი კონგლომერატი (მრეწველობათაშორისი ჯგუფები), რომელიც ქმნიდა ნიდერლანდების მთლიან შიგა პროდუქტს (მშპ) დაახლოებით 30%-ს.

დანიაში გამოიყო 13 რეგიონული და 16 ეროვნული „კონკურენტუნარიანობის კლასტერი“. მათი შექმნის იდეა ეფუძნებოდა იმ მოსაზრებას, რომ მომავალში ასეთ კლასტერებს ექნებათ არაერთი განსაკუთრებული „ნოუჰაუ“, რომლებიც აუცილებელია ქვეყნის განვითარებისთვის. კლასტერების გამოყოფა – ეს მხოლოდ პირველი საფეხურია ქვეყნის სამრეწველო პოლიტიკაში ორიენტირების გან-

საზღვრის გზაზე. გამოყოფილ კლასტერებში იწარმოება როგორც მრეწველობის ტრადიციული დარგებისა და სოფლის მეურნეობის ნაკეთობები (ტანსაცმელი, ავეჯი), ისე უახლესი პროდუქტები (მობილური და თანამგზავრული კავშირის საშუალებები). ყველა კლასტერში არსებული ფირმები გამოირჩეოდა განვითარების უფრო მაღალი ტემპით სხვა ფირმებისგან განსხვავებით, რომლებიც განლაგებული იყო მათ გარეთ.

ირლანდიაში კლასტერების კვლევა საკმაოდ დაქსაშულად მიმდინარეობდა. ერთი მხრივ, გამოიყო ქვეყნის ტრადიციული სპეციალიზაციის დარგების რამდენიმე ჯგუფი, რომლებსაც ჰქონდათ კონკურენტული უპირატესობები მსოფლიო ბაზარზე; მეორე მხრივ, ჩატარდა ირლანდიის სპეციალიზაციის უახლესი დარგის – საინფორმაციო-ტელესაკომუნიკაციო ტექნოლოგიის – სრულფასოვანი კვლევა. თავისი განვითარების დადებითი დინამიკის მიხედვით, გამოიყოფოდა საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების 2 რეგიონული კლასტერი – გოლუეი, დუბლინი და რამდენიმე მცირე კლასტერი – კორკი და ლიმერიკ/ შენონი. მკაფიოდ იყო აღნიშნული, რომ ირლანდიის ახალი სპეციალიზაციის ყველა კლასტერი იქმნებოდა უცხოური ტერიტორიულ-საწარმოო კომპლექსების ბაზაზე. სხვა ქვეყნებში ასეთი ტიპის კლასტერები, პრაქტიკულად, არ გვხვდება.

ნორვეგიაში მცირე და საშუალო საწარმოთა კონცენტრაციის აღსანიშნავად გამოიყენებოდა ტერმინი „სამრეწველო რაიონი“. პოტენციურ სამრეწველო რაიონს უნდა დაეკმაყოფილებინა შერჩევის სამი კრიტერიუმი: (1) უნდა ჰქონოდა მუშახელის მტკიცე ბაზარი, (2) დასაქმების კოეფიციენტი არანაკლებ 3-ის ტოლი და (3) არანაკლებ 10 ფირმა, რომლებიც სპეციალიზდებოდა ერთ დარგში, გარდა ამისა, მას უნდა უზრუნველყო არანაკლებ 200 სამუშაო ადგილი. კვლევათა შეჯამების შედეგად ასეთ კრიტერიუმებს აკმაყოფილებდა 55 სამრეწველო რაიონი და კიდევ 7 რაიონი მომსახურების სფეროს სპეციალიზაციით. მათში დასაქმებული იყო ნორვეგიის მრეწველობაში ყველა მომუშავეს 22%. 10 ყველაზე მსხვილ სამრეწველო რაიონს შორის არის რაიონები, რომლებიც სპეციალიზდებოდა როგორც საქონ-

ლის ტრადიციულ წარმოებაზე (მაგალითად, სტავანგური – ნავთობგადამუშავება, ნარვიკი – თევზის გადამუშავება), ისე ახლებშიც (ოსლო – პოლიგრაფიული მომსახურება).

საბერძნეთი მიეკუთვნება ყველაზე ნაკლებად განვითარებული კლასტერული კვლევების ქვეყნებს. ევრიკავშირში მცირე და საშუალო ბიზნესის მხარდაჭერის პროგრამის კვლევათა ფარგლებში გამოიყო მხოლოდ 2 ლოკალური კლასტერი – „ვოლოსი“ (ლითონნაკეთობათა წარმოება) და „ირაკლიონი“ (კვების პროდუქტების წარმოება).

ისლანდიასა და ლუქსემბურგში მოსახლეობის მცირერიცხოვნობის გამო კლასტერული პოლიტიკა, სხვა მცირე ქვეყნებთან შედარებით, არც ისე აქტუალურია. მიუხედავად ამისა, ლუქსემბურგში გამოყვეს 2 რეგიონული კლასტერი – „კასისისი“ (კონსალტინგი მცირე და საშუალო საწარმოთათვის, რომლებიც მუშაობენ საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების სფეროში) და „სინერგი“ (მანქანათმშენებლობა).

განსაკუთრებული ტიპია ტრანსსასაზღვრო კლასტერები. მათში რეალიზდება სუპრანაციონალური კონკურენტული უპირატესობა, რომელიც მ. ენრაიტმა გამოყო გერმანიაში, მდინარე რეინზე და შვეიცარიაში ქიმიური მრეწველობის შტანდორტების კვლევის საფუძველზე. ტრანსსასაზღვრო კლასტერებს ევროკავშირის ექსპერტებმა მიაკუთვნეს შემდეგი კლასტერები:

1. მინის კლასტერი ზემო ავსტრიაში, ბავარიასა (გერმანია) და ბოჰემიაში (ჩეხეთის რესპუბლიკა).

2. საფეიქრო კლასტერი ქვემო ავსტრიასა და ბოჰემიაში.

3. ტექნიკური კლასტერი შტრიასა (ავსტრია) და სლოვენიაში.

4. დანია და შვედეთში კლასტერი „ერესუნ“, რომელიც მოიცავს „მედიკონის ველს“ დანიაში. მასში მუშაობს უამრავი ფარმაცევტული და ბიოტექნოლოგიური ფირმა, აგრეთვე საუნივერსიტეტო კლინიკები.

5. ტვენტეს რეგიონში, ნიდერლანდებისა და გერმანიის საზღვარზე, მდებარე კლასტერი მოიცავს საწარმოთა რამდენიმე ქსელს, რომლებიც აწარმოებს პლასტმასსა და ბიოსამედიცინო პრეპარატებს.

6. ქალაქ ვენლოს გარშემო კლასტერი, ის

ასევე მდებარეობს გერმანულ-ჰოლანდიურ საზღვარზე დიდი რაოდენობის მიმწოდებლებით, კონსალტინგური და ინჟინერინგული ფირმებით.

7. კლასტერი „დომელის ველი“ ბელგია-ჰოლანდიის საზღვარზე დიდი რაოდენობის ფირმებით, რომლებიც მუშაობენ საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების დარგში.

8. კლასტერი „ბიოველი“, რომელიც მდებარეობს ზემო რეინზე სამი სახელმწიფოს – გერმანიის, შვეიცარიისა და საფრანგეთის – ტერიტორიაზე ცენტრებით ფრაიზურგსა, ბაზელსა და მიულუზში.

დღეს ყველა ზემოჩამოთვლილი კლასტერი ვითარდება დაჩქარებული ტემპით და აქვთ მშვენიერი შესაძლებლობა, გახდნენ ერთ-ერთი მოწინავე ცენტრები მსოფლიოში თავის დარგში (განსაკუთრებით „ბიოველი“ და „მედიკონის ველი“). თუ შევაჯამებთ მცირე ქვეყნებში კლასტერიზაციის პრობლემების კვლევათა მიმოხილვას, შეიძლება, გამოვყოთ 4 ტიპის კლასტერი თავისი გეოგრაფიული დახასიათებით:

1. **ეროვნული კლასტერები** – სივრცის გარეშე მომიჯნავე კონკურენტუნარიანი დარგები, რომლებიც ძირითადად გამოყოფილია ლოკალიზაციის კოეფიციენტისა და საუწყებათაშორისო ბალანსის მეთოდიკით.

2. **რეგიონული კლასტერები**, რომლებიც მდებარეობენ რეგიონის ფარგლებში და გამოყოფილია გამოკითხვების ან საექსპერტო შეფასებების დახმარებით.

3. **ტრანსსასაზღვრო კლასტერები** ვითარდებიან ორი და მეტი ქვეყნის რეგიონებში.

4. **ლოკალური კლასტერები** მდებარეობენ ერთ ქალაქში; მათ აგრეთვე მიეკუთვნება ნორვეგიაში გამოყოფილი „სამრეწველო რაიონები“.

მსოფლიოში კლასტერიზაციის პროცესის შესწავლით დაკავებულია მ. პორტერის ჯგუფიც. ამ ჯგუფის კლასტერული პროფილების აგების პროექტში კლასტერები დაიყო 3 ჯგუფად: ეროვნული (სივრცის გარეშე), რეგიონული (მიბმული გარკვეულ რეგიონზე) და ლოკალური (განლაგებული გარკვეულ ქალაქში). ეს კლასიფიკაცია ემთხვევა იმ კვლევების შედეგებს, რომლებიც ჩაატარეს მეცნიერებმა მცირე ქვეყნებში.

ამასთან ერთად, ჩვენი აზრით, „ტრანსსა-

საზღვრო კლასტერები“ შეიძლება ჩავთვოთ „რეგიონული კლასტერების“ კატეგორიაში, ვინაიდან მათ აქვთ მსგავსი პარამეტრები, ხოლო მათი განლაგება ორ სახელმწიფოში აიხსნება ევროპულ ქვეყნებს შორის საზღვრების კონფიგურაციის არაერთგვარადი ცვლილებით. მაშასადამე, **დასავლეთი ევროპის მცირე ქვეყნებში კლასტერიზაციის პროცესის კვლევათა შედეგების მიხედვით, 2003 წელს გამოიყო 43 ეროვნული, 20 რეგიონული (მათ შორის 8 ტრანსსასაზღვრო) და 52 ლოკალური კლასტერი.**

კლასტერების გამოყოფის შემდეგ შეიძლება დავიწყოთ კლასტერული პოლიტიკის გატარება ქვეყნის კონკურენტუნარიანობის ასამაღლებლად. დღესდღეობით გამოყოფენ ორი თაობის კლასტერულ პოლიტიკას. **პირველი თაობის** კლასტერული პოლიტიკა თავისთავად ზომების კომპლექსია, რომელსაც ახორციელებს სახელმწიფო კლასტერის ინდენტიფიკაციისთვის, ჩამოყალიბებული კლასტერფირმების საქმიანობის არსის განსასაზღვრად, კლასტერის მხარდამჭერი სახელმწიფო ორგანოების შესაქმნელად და ქვეყანაში ყველა კლასტერის განვითარების სტიმულირების საერთო პოლიტიკის განსახორციელებლად. პირველ ეტაპზე კვლევებში წამყვან როლს ასრულებენ ეკონომისტ-გეოგრაფები და რეგიონული ეკონომისტები, რომლებიც სიერციითი მორეგულირების საშუალებათა დახმარებით უნდა ავლენდნენ კლასტერებს და განსაზღვრავდნენ მათ შემადგენლობას. **მეორე თაობის** კლასტერული პოლიტიკა ეფუძნება უკვე კარგ ცოდნას ქვეყანაში არსებულ კლასტერებზე. იგი გულისხმობს ინდივიდუალურ მიდგომას თითოეული კლასტერის განვითარების პრობლემის მიმართ, ვინაიდან სახელმწიფოს შეუძლია გამოვიდეს მენეჯერის, დამკვეთის, საწარმოო პროცესის ინიციატორის, ბროკერის სახით, რომელიც მწარმოებელსა და მომხმარებელს კლასტერის შიგნით ერთმანეთთან ახვედრებს; ამასთანავე გვევლინება დაფინანსების წყაროდ ფირმებისთვის, რომლებიც მუშაობენ კლასტერში. მაგალითად, ენრაიტი გამოყოფს კლასტერული პოლიტიკის 4 სხვადასხვა ტიპს, რომლებიც განსხვავდებიან ერთმანეთისგან სახელმწიფოს როლით მისი გატარებისას:

1. კატალიზატორული კლასტერული პოლი-

ტიკა – როცა მთავრობა ახვედრებს ერთმანეთთან დაინტერესებულ მხარეებს (მაგალითად, კერძო კომპანიები და კვლევითი ორგანიზაციები), მაგრამ უზრუნველყოფს პროექტის შეზღუდულ ფინანსურ მხარდაჭერას.

2. მხარდამჭერი კლასტერული პოლიტიკა, რომლის დროსაც სახელმწიფოს კატალიზატორული ფუნქცია ივსება მისი ინვესტიციებით რეგიონების ინფრასტრუქტურაში, ხოლო განათლება, ტრენინგი და მარკეტინგი – კლასტერების განვითარების სტიმულირებისთვის.

3. დირექტიული კლასტერული პოლიტიკა – როცა სახელმწიფოს მხარდამჭერი ფუნქცია ივსება სპეციალური პროგრამების გატარებით, რომლებიც მიმართულია რეგიონების სპეციალიზაციის ტარნსფორმაციაზე კლასტერების განვითარების მეოხებით.

4. ინტერვენციონალისტული კლასტერული პოლიტიკა, რომლის დროსაც მთავრობა თავისი დირექტიული ფუნქციის შესრულებასთან ერთად გადმოიღებს კერძო სექტორისგან პასუხისმგებლობას გადაწყვეტილების მიღებაზე კლასტერების შემდგომ განვითარებაზე, მათ შორის ტრანსფერების, სუბსიდიების, შეზღუდვების ან რეგულირების მეშვეობით, აგრეთვე, აყალიბებს რა კლასტერის სპეციალიზაციას, ის აქტიურ კონტროლს უწევს ფირმებს კლასტერში.

ამგვარად, დასახული მიზნებისა და ქვეყანაში მეწარმეობის კულტურის მიუხედავად, სახელმწიფოს შეუძლია შეასრულოს სხვადასხვა როლი კლასტერული პოლიტიკის გატარებაში. პატარა ქვეყნებთან დაკავშირებით აუცილებელია ითქვას, რომ პატარა ქვეყნების უმრავლესობაში დღესდღეობით ხორციელდება პირველი თაობის კლასტერული პოლიტიკა, ვინაიდან კვლევა კლასტერების გამოყოფაზე კვლავ გრძელდება. მეორე თაობის სახელმწიფო კლასტერული პოლიტიკა, რომელიც შეიძლება მივაკუთვნოთ მხარდამჭერთა ტიპს, ენრაიტის მიხედვით, ტარდება ფინეთში, ავსტრიაში, შვედეთსა და ნიდერლანდებში, სადაც 2002 წელს ქვეყნის მთავრობამ მოახდინა პროგრამის ინიცირება, ის ორიენტირებული იყო ეროვნული კლასტერების ინდივიდუალური პრობლემების გადაჭრაზე.

მცირე ქვეყნებზე კვლევათა შედეგები ემთხვევა სახელმწიფო ხელისუფალთა მოქმედებების

საერთო ტენდენციას კლასტერების მიმართ. მაგალითად, ენრაიტის კვლევის თანახმად, 160 რეგიონული კლასტერიდან 40%-ში, რომლებიც დღესდღეობით ვითარდება მსოფლიოში, ხელისუფლების ლოკალური და რეგიონული ორგანოები ატარებენ კლასტერების მხარდამჭერ პოლიტიკას. კატალიზატორული პოლიტიკა ტარდება ხელისუფლების ეროვნული, რეგიონული და ლოკალური ორგანოების მიერ რეგიონული კლასტერების დაახლოებით 20%-ის მიმართ, დირექტიული პოლიტიკა – კლასტერების 5%-ის მიმართ, ინტერვენციონისტული – კლასტერების 2-3%-ისთვის. ამასთან ერთად, შეინიშნება შემდეგი ტენდენცია: სამთავრობო ვერტიკალზე მოძრაობისას ზემოდან ქვემოთ (ზენაციონალურიდან, როგორც ევროკავშირია და ეროვნულიდან – ხელისუფლების რეგიონულ და ლოკალურ ორგანოებამდე) იზრდება მთავრობათა წილი, რომლებიც ატარებენ სპეციალიზებულ კლასტერულ პოლიტიკას – 18-დან 70%-მდე. ესე იგი, იკვეთება მკაფიო ტენდენცია, რაც უფრო „ახლოა“ რეგიონულ კლასტერთან სახელმწიფო ორგანოები, მით უფრო ინტენსიურად ატარებენ ისინი კლასტერულ პოლიტიკას. ეს ამტკიცებს რეგიონულ და ლოკალურ ხელისუფალთა აქტიური მონაწილეობის აუცილებლობას კლასტერულ პოლიტიკაში, ვინაიდან მათ შეუძლიათ უფრო ოპერატიულად და ეფექტიანად გადაჭრან საკითხები, რომლებიც დაკავშირებულია ადგილობრივი კლასტერების განვითარების სტიმულირებასთან.

მცირე ქვეყნების კლასტერთა დახასიათება. მ. პორტერის ჯგუფიდან შვეიცარიელი ეკონომისტის, კ. ვან დერ ლინდეს, კვლევის თანახმად, დღესდღეობით არსებობს ინფორმაცია სხვადასხვა ტიპის 833 კლასტერზე (სამრეწველო, რეგიონული, ტრანსსასაზღვრო და ლოკალური) მსოფლიოს 25 განვითარებულ და 24 განვითარებად ქვეყანაში. ამ ნაშრომში გათვალისწინებული იყო აგრეთვე კლასტერები დასავლეთი და ჩრდილოეთი ევროპის მცირე ქვეყნებიდან – 34 კლასტერი დანიიდან, 13 – შვეიცარიიდან, 11 – ფინეთიდან, 7 – ავსტრიიდან, 6 – ნიდერლანდებიდან, 5 – შვედეთიდან, 4 – პორტუგალიიდან, 2 – ირლანდიიდან, თითო-თითო – ბელგიაიდან და ნორვეგიაიდან. ამ კლასტერების კონკურენტუნარიანობის ანალიზი ემყარება კლასტერების საქმიანობასთან

დაკავშირებული ექსპერტების გამოკითხვას პორტერის კონკურენტული უპირატესობების რომბის, როგორც კვლევის ინსტრუმენტის, გამოყენებით.

ამ ანალიზის თანახმად, დღესდღეობით მსოფლიოში კლასტერების წამყვანი დეტერმინანტული კონკურენტუნარიანობა არის წარმოების ფაქტორების ეფექტიანი გამოყენება (კლასტერების 43%), შემდეგ – დეტერმინანტი „მოთხოვნის მდგომარეობა“ (24,7%). „მონათესავე და მხარდამჭერი (დამხმარე) დარგები“, ისევე, როგორც „კონტექსტი სტრატეგიისა და მეტოქეობისათვის“ ყველაზე მნიშვნელოვანი დეტერმინანტებია კლასტერების 13,3%-ისთვის, მაშინ, როცა განსაკუთრებით ქმედით პოლიტიკას – „მთავრობასა“ და „შემთხვევას“ – წამყვანი მნიშვნელობა ენიჭება კლასტერების 5,7%-ის წარმატებულ განვითარებაში. ამასთან, განვითარებული ქვეყნების მონაცემები მოწმობს კონკურენტუნარიანობის დეტერმინანტის უფრო თანაბარ წვლილზე კლასტერის განვითარებაში, ხოლო კლასტერების კვლევის შედეგი განვითარებად ქვეყნებში – ორ კლასტერში სამი დეტერმინანტიდან „წარმოების ფაქტორებისთვის პირობების“ დომინირებაზე.

ასეთი შედეგი მოწმობს პოტენციური კლასტერის განსავითარებლად როგორც ეკონომიკურ-გეოგრაფიული პოზიციის ფაქტორის დიდ გავლენას და ბუნებრივი რესურსების არსებობას, ისე მათი რაციონალური გამოყენების აუცილებლობასაც ან მათ საფუძველზე ისეთი სპეციფიკური კონკურენტული უპირატესობების შექმნას, რომლებიც არ აქვს კონკურენტებს.

სწორედ მოცემულ რეგიონში ან ქვეყანაში ამ დასკვნას ადასტურებენ რესპონდენტების პასუხებიც კითხვაზე – კლასტერის ფორმირების მთავარი მიზეზების შესახებ. მათგან უმრავლესობამ (39,8%) დაასახელა დეტერმინანტი „პირობები წარმოების ფაქტორებისთვის“, მეორე ადგილზეა „მთავრობის“ ან „შემთხვევის“ მოღვაწეობა (26,3%). საშუალოდ, ყოველი მეექვსე კლასტერი ჩამოყალიბდა „ადგილობრივი მოთხოვნის მდგომარეობის“ უპირატესობათა გამოყენების საფუძველზე და „მონათესავე და დამხმარე დარგების“ ეფექტიანი ფუნქციონირებით. დეტერმინანტი „კონტექსტი სტრატეგიისა და მეტოქეობისთვის“, რაც ლოგიკურია

კლასტერის განვითარების პირველ სტადიებზე, არ უნდა ასრულებდეს წამყვან როლს და ამ გამოკითხვაში ის არცერთხელ არ იყო მოხსენიებული, როგორც კლასტერის განვითარების მიზეზი. რაც საინტერესოა, ვან დერ ლინდეს კვლევის თანახმად, არ შეინიშნება არანაირი სტატისტიკურად ნიშნადი კორელაცია კლასტერის ასაკსა და მის კონკურენტუნარიანობას შორის. ამგვარად, კლასტერების კონკურენტუნარიანობა რეგიონულ, ეროვნულ და საერთაშორისო დონეზე დამოკიდებულია, უპირველეს ყოვლისა, რეგიონული კლასტერებისა და კლასტერული კომპანიების მოქმედებათა ეფექტიანობაზე.

სანამ მცირე ქვეყნების კლასტერების ანალიზზე გადავიდოდეთ, განვიხილოთ საკითხი რეგიონული კლასტერების საზღვრებზე, ვინაიდან ტერმინების – „სამრეწველო კლასტერი“ და „რეგიონული კლასტერი“ – არც ისე მკაფიო პირველადმა განსაზღვრამ დაბადა სკეპტიციზმი მათემატიკური მეთოდების დახმარებით კლასტერების გეოგრაფიული გავრცელების ზუსტ განსაზღვრაზე. ენრაიტის კვლევის თანახმად, ყველაზე ხშირად გვხვდება კლასტერები, რომლებიც მდებარეობს ერთი ქალაქის ან რეგიონის ფარგლებში, ანუ ლოკალური და რეგიონული კლასტერები, რაც ემთხვევა კლასტერების გამოკვლევის შედეგებს მცირე ქვეყნებში. კლასტერები, აგრეთვე, ხშირად ყალიბდება კიდევ უფრო ვიწრო საზღვრებში – ქალაქის ერთ ან რამდენიმე რაიონში. რეგიონული კლასტერები რამდენიმე რაიონის ფარგლებში ან თვით მთელი ქვეყნის მასშტაბითაც კი საკმაოდ იშვიათად გვხვდება. ამგვარად, სივრცეში კლასტერების საზღვრების დასაზუსტებლად უკეთესია გამოვიყენოთ გამოკითხვები, ხოლო კლასტერების შესაძლო თავმოყრის რაიონების იდენტიფიცირება უნდა მოვახდინოთ ლოკალიზაციის კოეფიციენტის მეთოდით, თან კვლევა შევაავსოთ საუწყებათაშორისო ბალანსის ცხრილებით.

2002 წელს მცირე და საშუალო საწარმოთა განვითარებაზე დაკვირვების ევროპული კომისიის განყოფილებამ გამოიკვლია 34 კლასტერი, რომლებიც მდებარეობდა 17 ევროპულ ქვეყანაში, მათ შორის ავსტრიაში, ბელგიაში, საბერძნეთში, დანიაში, ირლანდიაში, ლუქსემბურგში, ნიდერლანდებში, ნორვეგიაში, პორტუგალია-

ში, ფინეთსა და შვედეთში. კვლევის მიზანი იყო ევროპაში ჩამოყალიბებული რეგიონული კლასტერების მახასიათებლების შესწავლა იმ კლასტერული პოლიტიკის ვექტორების განსაზღვრად, რომელიც მომავალში გატარდება ევროკავშირში. კვლევის დასაწყისში იგეგმებოდა 17 კლასტერის შესწავლა, რომელთა განვითარება მეცნიერებას ემყარებოდა, ასევე, უნდა შეესწავლათ მრეწველობის ტრადიციულ დარგებში სპეციალიზებული 17 კლასტერი, თუმცა პორტუგალიამ და საბერძნეთმა ვერ შესძლო მკვლევართა ყურადღება მიეპყრო ისეთი კლასტერებისთვის, რომელთა განვითარებაში მეცნიერებას მნიშვნელოვანი როლი ექნებოდა, ამიტომ მიმოხილვაში ჩართეს 19 ტრადიციული კლასტერი და 15 კლასტერი მრეწველობის უახლესი დარგებით.

მაინც რა მახასიათებლები აქვს კლასტერებს ევროპულ ქვეყნებში, მათ შორის დასავლეთ და ჩრდილოეთ ევროპის მცირე ქვეყნებში? კლასტერების უმრავლესობა (60%) 1970-1990-იან წლებში ჩამოყალიბდა. სწორედ ამ დროს დაიწყო ფირმებმა გეოგრაფიული კონცენტრირება ევროპული ქვეყნების ეკონომიკის გარკვეულ დარგებში. 1900-დან 1940 წლამდე პერიოდში კი კლასტერების მხოლოდ 15% ჩამოყალიბდა. აშკარაა, რომ წარმოების კლასტერიზაცია – ეს უმეტესწილად წარმოების ორგანიზაციის პოსტორდული მეთოდის გამოვლენაა, რომელიც დომინირებული გახდა სწორედ 1970-იან წლებში. კლასტერიზაციის პროცესი ახდენდა საკუთარი თავის სტიმულირებას. რაც უფრო მეტი ფირმა იყრიდა თავს კლასტერში და წარმატებით ფუნქციონირებდა, მით მეტი სხვა მეწარმე ხსნიდა ახალ კომპანიას უკვე ჩამოყალიბებული კლასტერის ფარგლებში. მეცნიერებატევადი კლასტერების დიდი უმრავლესობა აგრეთვე ჩამოყალიბდა 1970-იანი წლების შემდეგ, მაშინ, როცა ტრადიციული კლასტერები იქმნებოდა თანაბრად მთელი XX საუკუნის განმავლობაში.

კლასტერის ზომა განისაზღვრება კლასტერში მომუშავე ფირმების რიცხვითა და სამუშაო ადგილების ოდენობით, რომლებსაც ის სთავაზობს. ევროპული ქვეყნების კლასტერების უმრავლესობაში მუშაობს არა უმეტეს 200 ფირმა, ამასთან ყველა კლასტერის 35%-ის ზომაა 50-დან 100 კომპანიამდე. კლასტერების

კიდევ დაახლოებით 20%-ი დაითვლის 100-ზე მეტ კომპანიას. თუკი გავიხსენებთ, რომ განსაზღვრის თანახმად, „იდეალურმა“ კლასტერმა უნდა გაიაროს განვითარების ექვსი სტადია – დაბადებიდან დაცემამდე ბლოკირების სიტუაციაში, მაშინ შეიძლება მივიდეთ დასკვნამდე, რომ ახლა კლასტერების უმრავლესობა ვითარდება და იმყოფება განვითარების მესამე-მეხუთე სტადიაზე (ყველა გამოკვლეული კლასტერის 74%). სტაგნაციის მდგომარეობაშია კლასტერების 18%, დანარჩენები კი უკვე შევიდა განვითარების მეექვსე სტადიაში.

ახლა განვიხილოთ კლასტერებში მცირე და საშუალო საწარმოთა და მსხვილ კომპანიათა თანაფარდობა. ევროპული კომისიის კვლევის თანახმად, 34 კლასტერიდან 19-ში დომინირებს მცირე და საშუალო საწარმოები, 12 კლასტერს აქვს შერეული შემადგენლობა და მხოლოდ 3 კლასტერში დომინირებს მსხვილი ფირმები. ამასთან ბოლო 10 წლის განმავლობაში მცირე და საშუალო საწარმოებმა თავიანთი პოზიციები კლასტერების 35%-ში გააძლიერეს. მსხვილი კომპანიების რაოდენობა, 200 თანამშრომელზე მეტი რიცხვით, გაიზარდა რეგიონული კლასტერების მხოლოდ 15%-ში.

დღესდღეობით სულ უფრო მეტი რაოდენობის კლასტერი ერთვება დამატებული ღირებულების გლობალურ ჯაჭვში, მათ აკონტროლებენ ტრანსნაციონალური კორპორაციები, რაც მტკიცდება ამ მიმოხილვით. კლასტერების თითქმის ნახევარში გაიზარდა იმ ფირმების რიცხვი, რომელთაც ბოლო 10 წლის განმავლობაში ტრანსნაციონალური კორპორაციები აკონტროლებენ. სხვაგვარად რომ ვთქვათ, შეინიშნება ლოკალური და გლობალური ცოდნის ურთიერთშედგენის პროცესი, რომლის თეორეტიკება მოახდინეს ბ. ასპაიმმა და ა. იზაქსენმა ნორვეგიაში სამრეწველო რაიონების გამოკვლევის მაგალითზე.

შემდგომ ჩვენ განვიხილავთ რეგიონული კლასტერების სპეციალიზაციას და მათი მონაწილეობის ხარისხს გლობალიზაციისა და რეგიონალიზაციის პროცესებში. კლასტერების რანჟირება ხდება კლასტერების ფირმების საქმიანობის ტიპის მიხედვით დამატებული ღირებულების გლობალურ ჯაჭვებში. საქმიანობის ძირითადი მიმართულებებია: ლოგისტიკის მართვა, მარკეტინგი და გაყიდვათა მართვა,

აგრეთვე მაკომპლექტებელთა წარმოება, რომლებიც აუცილებელია ტრანსნაციონალური კორპორაციების ფილიალებისთვის საბოლოო საქონლის ასაწყოებად.

დაისმის კითხვა – რა სახით შეიცვალა კლასტერების მონაწილეობა გლობალიზაციის პროცესში? თუ გავითვალისწინებთ რეალურ მდგომარეობას, დავინახავთ, რამდენად სწრაფად ითვისებენ კლასტერები საწარმოო და კვლევით ფუნქციებს, რომლებიც მანამდე კლასტერის გარეთ მყოფი ფირმების კომპეტენციაში იყო (ინტერნალიზაციის პროცესი). საინტერესოა, რომ გამოყენებითი და ფუნდამენტური კვლევები სულ უფრო მეტად სრულდება გამოკვლეული კლასტერების საზღვრების ფარგლებში, რა თქმა უნდა, განსაკუთრებით, გამოყენებითი კვლევები. ექსტერნალიზაციის პროცესში გულისხმობენ მოქმედებებს, რომლებიც ადრე სრულდებოდა კლასტერის ფარგლებში, ხოლო ახლა – მის ფარგლებს გარეთ.

არის სხვა რეალობაც, ის გვიჩვენებს ცვლილებებს, რომლებიც მოხდა კლასტერების პირველადი პროდუქტებით მომმარაგებელი მიმწოდებლების გეოგრაფიულ განაწილებაში. გამოყენებითი სამეცნიერო კვლევები და დამხმარე მომსახურება სულ უფრო მეტ პირველად პროდუქტსა და ინფორმაციას იღებს ადგილობრივი წყაროებიდან, ხოლო ფუნდამენტური კვლევები, კაპიტალური მოწყობილობა, ნედლეული და მთავარი კომპონენტები – გლობალური წყაროებიდან. ახლა განვიხილოთ ფირმებს შორის კავშირის ტიპები, რომლებიც ქმნის რეგიონულ კლასტერებს. ევროკავშირის ექსპერტებმა, რომლებიც ითვალისწინებდნენ ჯ. ჰამფრისსა და კ. შმიტცის ნაშრომებს ამ პრობლემატიკაზე, გამოყვეს ევროპულ კლასტერებში კავშირის 5 სხვადასხვა ტიპი – ესენია ორიენტირება ბაზარზე, დროებითი კოალიციები, გრძელვადიანი კავშირი, იერარქიული კავშირი და მონათესავე კავშირი. ტრადიციულ კლასტერებში ყველაზე გავრცელებული იყო გრძელვადიანი კავშირი (50%), მეორე ადგილზე მოდიოდა დროებითი კოალიციები. მეცნიერებატევად კლასტერებში შეინიშნებოდა ფირმათაშორისი კავშირის დიდი მრავალფეროვნება. კავშირის 33%-ი ემყარებოდა დროებით კოალიციებს, 27-27% – ბაზარზე ორიენტირებულ კავშირსა და გრძელვადიან პარტნიორობას, ამასთან, ფირმების უმრავლეს

სობა, როგორც ტრადიციულ, ისე მეცნიერებატევად კლასტერებში, სულ უფრო მეტად ორიენტირებულია დროებით კოალიციებზე და გრძელვადიან პარტნიორობაზე. ეს ემპირიული კვლევები ხაზს უსვამს კავშირის მნიშვნელობას, რომელიც ვითარდება ფირმებს შორის კლასტერის ჩამოყალიბებისას.

ფირმების კლასტერიზაციის პროცესის მიმართ განსაკუთრებული ყურადღება გამოწვეულია იმით, რომ კლასტერებში ხედავენ ქვეყნის კონკურენტუნარიანობის ამაღლების ერთ-ერთ ინსტრუმენტს მსოფლიო მეურნეობაში. ამას ადასტურებს ევროპული კომისიის მიმოხილვა. მაგალითად, გამოკვლეული კლასტერების 24% მიაკუთვნეს მსოფლიო ლიდერებს, 12 – ევროპულ ლიდერებს, 37 – ეროვნულ ლიდერებს, კიდევ 24 – ეკონომიკურ სუბიექტებს ძლიერი კონკურენტუნარიანობით. მხოლოდ სამი კლასტერი – 2 ბერძნული და 1 პოლანდიური – დაახასიათეს, როგორც ეკონომიკური სუბიექტები, სუსტი კონკურენტუნარიანობით.

მცირე ქვეყნების კლასტერებს შორის თავიანთ დარგებში მსოფლიო ლიდერებია – (1) ტელესაკომუნიკაციო კლასტერი ჩრდილოეთ იუტლანდიაში (დანია); (2) საინფორმაციო და საკომუნიკაციო კლასტერი ოულუში (ფინეთი); (3) პროგრამული უზრუნველყოფის წარმოების კლასტერი დუბლინში (ირლანდია); (4) გემთსაშენი კლასტერი ფრიზლანდ-გრინგენში (ნიდერლანდები); (5) ელექტრონული კლასტერი ხორტენში (ნორვეგია); (6) ხმის ჩამწერი კლასტერი სტოკჰოლმში (შვედეთი). ყველა გამოკვლეული კლასტერის დაახლოებით ერთი მეოთხედი მიეკუთვნა „ახალი ტექნოლოგიების გენერატორების“ ტიპს. ეს ნიშნავს, რომ ისინი, ბ. ო. ლუნდვალის თქმით, ხასიათდებიან რადიკალური ინოვაციური პროცესით და არიან მსოფლიო ინოვატორები.

თუმცა კლასტერების უმრავლესობა ორიენტირებულია დამატებულ ინოვაციაზე, როგორც განვითარების მთავარ სტრატეგიაზე. მაგალითად, კლასტერების 30% ევროპის რეგიონული კლასტერების მიმოხილვაში სწორედ ამ ტიპს მიეკუთვნა. გარდა ამისა, კლასტერების 30% განისაზღვრა როგორც გარედან შექმნილი ახალი ტექნოლოგიების „მომხმარებელი“. ამ ტიპის კლასტერების უმრავლესობა (70%) ტრადიციული კლასტერებია. ყველა გამოკვლეული

კლასტერიდან კიდევ 18%-მა გამოავლინა თავი, როგორც „ტექნოლოგიების ადაპტორმა“. სხვა სიტყვებით, ისინი აგრეთვე იყენებენ გარე ტექნოლოგიებს, მაგრამ მხოლოდ მათ ადაპტირებას ახდენენ ადგილობრივ პირობებთან, ნაწილობრივ ცვლიან რა მათ ტექნოლოგიურ შინაარსს.

გამოკვლეული არჩეული კლასტერების ყველა მახასიათებლის შეჯამებით შეიძლება გავაკეთოთ დასკვნა ევროპაში მეცნიერებატევადი და ტრადიციული კლასტერების საერთო დახასიათებაზე. მეცნიერებატევადი კლასტერები ძირითადად ახალგაზრდაა (არაუმეტეს 20 წლისა); ფირმებს შორის პრევალირებს დროებითი კოალიციები, გრძელვადიანი პარტნიორობა და ბაზარზე ორიენტირებული კავშირი; ადგილობრივი თანამშრომლობა ხორციელდებოდა სამეცნიერო-კვლევითი და საცდელ საკონსტრუქციო სამუშაოების ჩამტარებელი ინსტიტუტებისა და სახელმწიფო დაწესებულებების დახმარებით; კლასტერების უმრავლესობა ტექნოლოგიური გენერატორებია. ტრადიციული კლასტერები 100 წლამდე ასაკისაა; დომინირებს გრძელვადიანი თანამშრომლობა ფირმებს შორის; ადგილობრივი თანამშრომლობა ემყარება ადგილობრივი მიმწოდებლებისა და სახელმწიფო დაწესებულებების ურთიერთქმედებას; ტიპური ინოვაციური მოდელაა ესაა დამატებული ინოვაცია და არსებული ტექნოლოგიების გამოყენება. ამგვარად, შეიძლება დაგასკვნათ, რომ ფირმები ზრდიან თავიანთ კონკურენტუნარიანობას როგორც მეცნიერებატევად, ისე ტრადიციულ კლასტერებში, მაგრამ მეცნიერებატევად კლასტერებში განვითარების სხვადასხვა სტრატეგიის ფორმირებისთვის მეტი შესაძლებლობაა.

კლასტერული ინიციატივები და კლასტერული მენეჯმენტი. კლასტერული პოლიტიკის გატარების ინიციატორებად შეიძლება გამოვიდნენ არა მარტო მართვის ცენტრალური ორგანოები, რომლებიც ატარებენ კლასტერულ პოლიტიკას „ზემოდან“, არამედ რეგიონული ხელისუფლებაც ან მეწარმეთა ადგილობრივი გაერთიანებები, რომლებიც „ქვემოდან“ წარმოგვიდგენენ კლასტერების განვითარების სტიმულირების პროგრამათა რეალიზაციას. ასეთ პროგრამებს ეწოდა **კლასტერული ინიციატივა**, რომელიც განისაზღვრება რო-

ევგენი ბარათაშვილი, ირმა ბარათაშვილი

გორც ორგანიზებული მცდელობა, გავზარდ-
ოთ გარკვეულ რეგიონში კლასტერის ზრდის
ტემპი და კონკურენტუნარიანობა, ისე, რომ
ჩავაბათ პროცესში კლასტერული ფირმები,
სახელმწიფო და/ან კვლევითი ინსტიტუტები.
აუცილებელია ერთმანეთისგან განვასხვავოთ
ტერმინი „კლასტერული პოლიტიკა“, რომლის
ფარგლებშიც ქვემოდან ხდება ფირმებისა და
რეგიონის მეურნეობის კონკურენტუნარიანობის
ამაღლების პროგრამის ინიცირება, და ტერმი-
ნი „რეგიონული კლასტერი“ ან „სამრეწველო
კლასტერი“, რომლებიც შეიძლება გამოიყოს
მათემატიკური მეთოდების დახმარებით და მათ
მიმართ არ შეიძლება გატარდეს არავითარი მი-
ზანმიმართული სახელმწიფო პოლიტიკა.

იმისათვის, რომ განვაზოგადოთ ცოდნა გლასტერულ ინიციატივებზე, შევდმა ეკონომისტებმა ო. სოლველმა, გ. ლინდკვისტმა და კ. კეტელსმა ჩაატარეს კვლევა, რომლის შედეგადაც გაირკვა, რომ 2003 წელს მსოფლიოში ვითარდებოდა 509 კლასტერული ინიციატივა,

ამასთან 238 ინიციატივის წარმომადგენლები მონაწილეობდნენ ამ მკვლევარების მიერ ჩატარებულ გამოკითხვაში. ქვეყნების მიხედვით ისინი ნაწილდებიან შემდეგნაირად: ახალი ზელანდია – 32 კლასტერული ინიციატივა; აშშ – 28 დიდი ბრიტანეთი – 25; იაპონია – 20; ავსტრალია, ავსტრია და ესპანეთი – 13-13; ფინეთი და შვედეთი – 11-11; გერმანია – 10; ბელგია და დანია – 8; უნგრეთი, ნიდერლანდები, საფრანგეთი და ტრანსსასაზღვრო კლასტერები (კლასტერები, რომლებიც მდებარეობსენრამდენიმე სახელმწიფოს ტერიტორიაზე) – 5-5; კანადა და ნორვეგია – 4; კვიპროსი, მონღოლეთი, თურქეთი და ესტონეთი – 2-2; ირლანდია, ისლანდია, ლატვია, ლიტვა, მალაიზია, პოლონეთი, ჩილე, შვეიცარია – თითო კლასტერული ინიციატივა.

ავტორები ხაზგასმით აღნიშნავენ, რომ ყველაზე აქტიურად კლასტრულ პოლიტიკას ატარებენ განვითარებული ქვეყნები და ცენტრალურ-აღმოსავლეთი ევროპის ქვეყნები. ყველაზე გავრცელებული დარგებია: საინფორ-

[illegible]

ნახაზი 2. კლასტერული ინიციატივების შექმნის მიზეზები

მაციო ტექნოლოგიები, სამედიცინო მოწყობილობა, საწარმოო ტექნოლოგიები, ტელესაკომუნიკაციო მოწყობილობა, ბიოტექნოლოგია, ფარმაცევტიკა და საავტომობილო მრეწველობა. კლასტერულ ინიციატივათა დიდი ნაწილი (72%) 1999 წლიდან დაიწყო.

საინტერესოა, ვნახოთ კლასტერების განვითარების მხარდაჭერის მიზნები. როგორც აღვნიშნეთ, სხვადასხვა ქვეყნის მეცნიერები და პრაქტიკოსები სხვადასხვანაირად ხელავენ კლასტერების როლს ქვეყნის ან რეგიონის კონკურენტუნარიანობის ამაღლებაში (იხ. ნახაზი 2).

შეიძლება, გამოვყოთ მიზნები, რომლებსაც ისახავენ კლასტერულ ინიციატივებში ქვეყნები გარდამავალი ეკონომიკით, მაგალითად, „სპეციალისტების შეკრება ბაზრის დარგში“ ან „ახალი ტექნიკური სტანდარტების დაწესება“. ყველა უკვე გამოვლენილი 25 მიზანი შევდმა მკვლევრებმა 6 სეგმენტად დაყვეს, ამასთან, ისინი აღნიშნავენ, რომ ყოველ კლასტერულ ინიციატივაში გაისმოდა ამოცანა, გაეუმჯობესებინათ 4-5 სეგმენტის მაჩვენებლები.

სახელმწიფო გადაწყვეტილებებს 32%-ის შემთხვევაში იწყებდნენ კლასტერული ინიციატივები, 27%-ის შემთხვევაში ინიციატივა მოდიოდა კერძო მეწარმეებისგან, კიდევ 35%-ის შემთხვევაში – ორივე მხრიდან. დაფინანსების წყაროები ნაწილდებოდა შემდეგნაირად: სახელმწიფო – 54%, კერძო კომპანიები – 18%, ორივე მხარე – 25%, ამასთან, კომპანიები მაინც უფრო გავლენიანი მხარეა კლასტერული ინიციატივის მართვაში. გამოკითხვაში მონაწილე ყველა კლასტერული ინიციატივა საკმაოდ კომპაქტურია: კლასტერების 50%-ში კლასტერულ ინიციატივათა სუბიექტ-წევრების უმრავლესობა განლაგებულია ავტომობილით მგზავრობის 1 საათის იზოქრონის ფარგლებში. ყველა კლასტერულ ინიციატივას 95%-ს თავის შემადგენლობაში ჰყავს 10 და მეტი წევრი.

კლასტერულ ინიციატივათა დიდ უმრავლესობას (89%) ჰყავს თავისი მენეჯერი, ბევრს კი (68%) – მენეჯერების მთელი გუნდი. კლასტერულ მენეჯერთა უმრავლესობას აქვს მუშაობის მრავალწლიანი გამოცდილება კლასტერის ერთ-ერთ ფირმაში, ვინაიდან ეს ეხმარება მათ თავიანთი კლასტერების ძლიერი მხარეების შეფასებასა და გაუმჯობესებაში (გამოკითხულთა 87%), ე. ი. ისინი საკუთარ ძალებზე ამყარებენ

იმედს. და მხოლოდ მენეჯერების 36% ამყარებს იმედს საერთაშორისო პროექტების ჩატარებაზე თავიანთი კლასტერული ინიციატივის მხარდასაჭერად.

კლასტერულ ინიციატივებთან ერთად განვითარება იწყო **კლასტერულმა კონსალტინგმა** – მომსახურების გაწევა რეგიონის ტერიტორიაზე რომელიმე კლასტერის გამოყოფის პროექტთან დაკავშირებით, აგრეთვე კლასტერული ინიციატივების მართვის თეორიული საფუძვლების სწავლება წარმატებული კლასტერული პროექტების გასაღებათა მეთოდის გამოყენებით, და **კლასტერული მენეჯმენტი** – კლასტერების მართვის ცოდნათა სისტემა.

მაგალითად, კატალონიის კონსალტინგური კომპანიის „კომპეტიტივენს“ ხელმძღვანელმა ე. დუჩიმ წარმოადგინა პოტენციური კლასტერის ბიზნესანალიზის საერთო სქემა, რომელიც შედგებოდა 10 ძირითადი ეტაპისგან – კლასტერის საზღვრების დადგენიდან მისი ინოვაციური პოტენციალის კვლევის მეშვეობით განვითარების სტრატეგიის შემუშავებამდე საერთაშორისო ბაზარზე გასასვლელად. ასევე ჰოლანდიელმა მეცნიერმა ა. ლაგენდაიკმა წარმოადგინა კლასტერის განვითარების სტრატეგია, რომელიც შედგება 7 ეტაპისგან. მეორე ანალიტიკოსმა, ახალზელანდიელმა ა. ფუკს-უილიამსმა კი – კლასტერული ინიციატივის მენეჯერის მოქმედების სქემა, რომელიც შედგება 12 ეტაპისგან:

1. რეგიონში კლასტერის არსებობის მართებულობის ახსნა;
2. კლასტერის ინდენტიფიკაცია;
3. საწყისი ანალიზი;
4. გუნდის ფორმირება;
5. სასურველი შედეგების განსაზღვრა;
6. სასურველი შედეგის მისაღწევად გეგმის შედგენა;
7. გადაუდებელი მოქმედებებისთვის გეგმის შედგენა;
8. კლასტერული ინიციატივის დაწყება;
9. კლასტერის განვითარების ფორმალ-იზაცია;
10. კლასტერის განვითარების გეგმის სრულყოფა;
11. კლასტერის განვითარების შეფასება;
12. კლასტერის ფუნქციური შეერთება სხვა კლასტერულ ინიციატივებთან.

კლასტერული ინიციატივის ორგანიზაციისას ფუქს-უილიამის მენეჯერს ანიჭებს საკვანძო (გადამწყვეტ) მნიშვნელობას, მისი აზრით, საბაზრო ძალები ქმნის კლასტერს, თუმცა არ ღირს კლასტერის მდგრადი ზრდა დავტოვოთ საბაზრო ძალების ხელში. ფუქს-უილიამისის თქმით, მაღალგანვითარებული კლასტერები გამოირჩევა დიდი ნდობით პარტნიორებს შორის, სპეციფიკური ინფორმაციის სწრაფი გაცვლით, ერთდროული მეტოქეობითა და თანამშრომლობით ფირმებს შორის, კლასტერის საწარმო-წევრების გეოგრაფიული სიახლოვით, საზოგადოებრივი ინვესტიციებისა და მომავალი განვითარების კონკრეტული პროგრამის არსებობით, თუმცა ასეთი შედეგის მისაღწევად აუცილებელია კლასტერული ინიციატივის მენეჯერების რუდუნებით მუშაობა.

2.2. პორტარისა და მ. პნაიტის პონცეფციები

ქვეყნებისა და რეგიონების კონკურენტუნარიანობის დარგში მ. პორტერი მსოფლიოში ყველაზე ცნობილი მკვლევარია. თავის კონცეფციაში მან სცადა, ერთმანეთისთვის შეესაბამებინა ა. მარშალის ნეოკლასიკური ეკონომიკური თეორია ფირმათა საქმიანობის საგარეო-ეკონომიკურ თეორიასთან. ქვეყნების დონეზე კონკურენტუნარიანობის შესწავლამდე პორტერი დაკავებული იყო ცალკეული კომპანიის დონეზე კონკურენციის პრობლემით. ამ კვლევათა ძირითადი დასკვნები აღნიშნული თემის ირგვლივ გამოქვეყნდა ორ ნაშრომში: „კონკურენტული სტრატეგია: დარგებისა და მეტოქეების ანალიზის მეთოდები“ და „კონკურენტული უპირატესობა – წარმატებული საქმიანობის შემქმნელი და ხელშემწყობი“.

დამუშავებული მასალიდან გამომდინარე, პორტერმა ააგო შემდეგი ლოგიკური ჯაჭვი: თუკი არსებობს კონკურენტუნარიანი კომპანიები, მაშინ ისინი აყალიბებენ ქვეყნის ეკონომიკის კონკურენტუნარიან დარგებს, რომლებიც, თავის მხრივ, ხელს უწყობენ სახელმწიფოს საერთო კონკურენტუნარიანობას მსოფლიო ბაზრებზე. ამიტომ ქვეყნის კონკურენტუნარიანობის კრიტერიუმის სახით შერჩეულ იქნა ქვეყნის წილი ყოველი საქონლის მიმართ, მსოფლიო ექსპორტში. სახელმწიფოს კონკურენტუნარი-

ანობაში გულისხმობდნენ მის საექსპორტო კონკურენტუნარიანობას, რომელიც გამოხატული იყო კომპანიის საგარეო-ეკონომიკური საქმიანობით. ამგვარად, პორტერი ყურადღებას ამახვილებდა არა ეკონომიკაზე მთლიანობაში, არამედ ეკონომიკის გარკვეულ დარგებსა და ქვედარგებზე.

იმისთვის, რომ გამოვევლინა ქვეყნებისა და რეგიონების კონკურენტულ უპირატესობათა შექმნის ფაქტორები, პორტერმა და მისმა გუნდმა ჩაატარეს ოთხწლიანი გამოკვლევა. მათ შეისწავლეს მსოფლიოს 10 ქვეყანა, რომლებიც 1985 წელს უზრუნველყოფდნენ მსოფლიო ექსპორტის 50%-ს; ეს ქვეყნებია: დიდი ბრიტანეთი, გერმანია, დანია, იტალია, კორეის რესპუბლიკა, სინგაპური, აშშ, შვეიცარია, შვედეთი და იაპონია. აიღო რა გამოსაკვლევად ქვეყნების საკმაოდ ფართო წრე, პორტერმა ამოცანად დაისახა იმ სიღრმისეული ძალების გამოვლენა, რომლებიც გააღებდას ახდენდნენ ქვეყნის კონკურენტუნარიანობაზე. მისი თეორიის მთავარი პოსტულატები იყო მტკიცებები: „ეროვნული აყვავება მემკვიდრეობით არ გადადის – იგი იქმნება“ და „ეროვნულ დონეზე კონკურენტუნარიანობის ერთადერთი გონივრული კონცეფცია – ეს შრომის მწარმოებლურობაა“ ამგვარად, პორტერმა ქვეყანაში შრომის მაღალი მწარმოებლურობა მის მაღალ კონკურენტუნარიანობას გაუტოლა.

შრომის მწარმოებლურობის დონის მუდმივი ზრდისთვის აუცილებელია ინოვაციათა გამოგონების მუდმივი პროცესი და მათი დანერგვა წარმოებაში. მაღალი ინოვაციური პოტენციალი – ეს მნიშვნელოვანი წანამდგარია ქვეყნის მოსახლეობის კეთილდღეობის მისაღწევად. ამასთან, პორტერი ყოფს ორ ცნებას: **ინოვაციასა და სამეცნიერო აღმოჩენას (გამოგონებას)**. სამეცნიერო აღმოჩენა მხოლოდ მაშინ აამაღლებს ქვეყნის კონკურენტუნარიანობას, თუკი ის წარმოებაში დაინერგება.

პორტო საშუალებები“, „ტანსაცემელი“ და „ჯანდაცვა“. შვედეთს ჰქონდა ძლიერი პოზიციები სხვა სექტორებში: „კონსტრუქციული მასალები/ლითონები“, „ხე-ტყის გადამუშავების პროდუქტები“, „სატრანსპორტო საშუალებები“ და „ელექტროენერგეტიკა“. შვეიცარიაში კონკურენტული უპირატესობები რეალიზებულ იქნა შემდეგი სექტორების საქონლის წარმოე-

ბაში: „ნავთობი/ ნავთობქიმი“, „ხელსაწყოები და დაზგები“, „ტანსაცმელი“, „ჯანდაცვა“ და „საქონელი საოჯახო მეურნეობისთვის“.

პორტერის კვლევათა მთავარი შედეგი გახდა **კონკურენტული უპირატესობების რომბის** შექმნა; ის შედგება 4 დეტერმინანტისგან, რომლებიც განსაზღვრავს ქვეყნის კონკურენტუნარიანობას მსოფლიო მეურნეობაში.

1-ლი დეტერმინანტი – პირობები წარმოების ფაქტორებისთვის. პორტერი უარყოფს კლასიკური ეკონომიკური თეორიის პოსტულატებს, რომელთა თანახმადაც, შრომა, მიწა, ბუნებრივი რესურსები, კაპიტალი და მოგვიანებით ამ სიაში დამატებული ინფრასტრუქტურა განსაზღვრავს საქონელბრუნვას, და რომ ქვეყანა დაიწყებს იმ საქონლის ექსპორტირებას, რომლის წარმოებისასაც ის მაქსიმალურად იყენებს ჭარბ ფაქტორებს. პორტერი ამტკიცებს, რომ სახელმწიფო მემკვიდრეობით კი არ იღებს, არამედ ქმნის წარმოების ყველაზე მნიშვნელოვან ფაქტორებს: სამეცნიერო-ტექნიკურ ბაზასა და კვალიფიციურ მუშახელს. ქვეყნები სძლევენ რა არასასურველ გეოგრაფიულ პირობებს, გეოგრაფიული პოზიციიდან გამომდინარე, თვითონ ქმნიან კონკურენტულ უპირატესობებს.

წარმოების ფაქტორების უკმარისობა მხოლოდ ზოგიერთი ქვეყნის განვითარებას ასტიმულირებს. მაგალითად, შვეიცარიაში სასარგებლო წიაღისეულის უკმარისობამ ან სრულმა უქონლობამ შვეიცარიული ფირმები აიძულა, თავიანთი საქმიანობის დასაწყისიდანვე ფრთხილად მოჰკიდებოდნენ ბუნებრივ რესურსებს და გამოეყენებინათ ენერგოდამზოგავი ტექნოლოგიები. მეორე მსოფლიო ომის შემდეგ კი ამავე ქვეყანაში მუშახელის უკმარისობამ განაპირობა სამრეწველო წარმოების სწრაფი ავტომატიზაციის სტიმულირება. მაღალი სოციალური დახმარებების გადახდის აუცილებლობამ შვედეთში გააქტიურა მრეწველობის შრომატევადი დარგების რესტრუქტურიზაცია. დანიაში ააშენეს ორი საავადმყოფო, რომლებიც სპეციალიზდებოდა დიაბეტის მკურნალობაზე; იმავდროულად ქვეყანა მსოფლიო ლიდერი იყო ინსულინის ექსპორტში.

მე-2 დეტერმინანტი – მოთხოვნის მდგომარეობა. ქვეყანა იღებს კონკურენტულ უპირატესობებს იმ დარგებში, რომლებშიც შიგა

მოთხოვნა უზრუნველყოფს კომპანიებისთვის უფრო ნათელ და უფრო ადრეულ წარმოდგენას მყიდველთა მოთხოვნების წარმოშობაზე და რომლებშიც მომთხოვნი მყიდველები ახორციელებენ წნეხს კომპანიებზე. ეს აიძულებს მათ, სწრაფად დანერგონ ინოვაციები და ასე მიიღონ უფრო დახვეწილი კონკურენტული უპირატესობები, ვიდრე უცხოურმა საწარმოებმა.

მაგალითად, იაპონელი მომხმარებლები ამჯობინებდნენ იაფ ენერგოდამზოგავ კონდიციონერებს, რამაც 1970-1980-იანი წლებში, მსოფლიო-სამეურნეო კრიზისების სერიის შემდეგ იაპონური ტრანსნაციონალური კორპორაციები მიიყვანა ლიდერობამდე მსოფლიო ბაზარზე ამ სასაქონლო სეგმენტში. იაპონიის ტრანსნაციონალური კორპორაციების (ტნკ) წამყვანი პოზიცია ფოტოაპარატების, ვიდეოკამერების (ახლა უკვე ციფრული აპარატურისაც), ეკონომიური მსუბუქი ავტომობილების, ფაქსიმილური და კოპირების აპარატურის წარმოებაში აიხსნება იმით, რომ ამ საქონელზე შიდა მოთხოვნა უსწრებდა მსოფლიო მოთხოვნას და იაპონურ კომპანიებს მსოფლიო ბაზარზე გასვლისას ჰქონდა უდავო კონკურენტული უპირატესობა თავიანთ უცხოელ კონკურენტებთან შედარებით. მეორე მაგალითი:

ამერიკელებში დროის ქრონიკულმა უკმარისობამ უზრუნველყო მძლავრი იმპულსი ქვეყანაში სწრაფი კვების სისტემის განსავითარებლად. სწრაფი კვების მსოფლიო ბაზარზე ამერიკული კომპანიები ერთ-ერთი მოწინავე გახდა მსოფლიოში.

მე-3 დეტერმინანტი – მონათესავე და მხარდამჭერი დარგები. კვლევის დროს გამოირკვა, რომ ყველაზე კონკურენტული დარგები ვითარდებოდა არა ცალკე, არამედ რიგ მონათესავე დარგებთან ურთიერთქმედებაში, რის წყალობითაც მყარდებოდა კონტაქტი საქმიან წრეებს შორის, რაც აჩქარებდა ინოვაციების გამოგონებისა და დანერგვის პროცესს.

მაგალითად, იტალიაში საოქრომჭედლო სამკაულების წარმოება წარმატებულად ვითარდება მანქანების საიუველირო ქვებით დასაწახნაგებელ წარმოებასთან ერთად. ფეხსაცმლის დამზადება სხვადასხვა ცხოველის ტყავისგან იტალიაში ჯერ კიდევ შუა საუკუნეებში განვითარდა, ახლა კი ფეხსაცმლის გამოშვება და მანქანების წარმოება ტყავის დასამუშავე-

ბლად იტალიის სპეციალიზაციის ერთ-ერთი მიმართულებაა მსოფლიო ეკონომიკაში. გარდა ამისა, წარმატებით ვითარდება მომიჯნავე მიმართულება – დიზაინერული მომსახურება. XX საუკუნის დამდეგს შვეიცარიაში ქიმიური მრეწველობის ერთ-ერთი ყველაზე დინამიურად განვითარებადი სეგმენტი იყო საღებავების წარმოება. მოგვიანებით, თითქმის შემთხვევით გამოირკვა, რომ მათ აქვთ გარკვეული თერაპევტული თვისებები, რამაც განაპირობა შვეიცარიის თანამედროვე სპეციალიზაცია მედიკამენტების წარმოებაზე. მეურნეობის კონკურენტუნარიანი მოსახდერე დარგების ჯგუფებს ეწოდა სამრეწველო კლასტერები, და შემდგომში პორტერმა განავითარა სამრეწველო კლასტერის კონცეფცია, რომელსაც საკვანძო მნიშვნელობა აქვს კონკურენტული უპირატესობების რომში.

მე-4 დეტერმინანტი – მდგრადი სტრატეგია, სტრუქტურა და მეტოქეობა. აქ პორტერი ამტკიცებს, რომ კომპანიებისთვის აუცილებელია მართვის სხვადასხვა სისტემის კომბინირება, ისე, რომ არ ჩაიციკლონ ერთ სისტემაზე. ყოველი კომპანიისთვის უნდა შემუშავდეს განვითარების მკაფიო კონცეფცია, რომელიც დამყარებული იქნება ინოვაციების შექმნაზე, ასევე ქვეყანაში უნდა მოხდეს ისტორიულად ჩამოყალიბებულ ფასეულობებზე აგებული მართვის მოქნილი სისტემის ფორმირება.

მაგალითად, განთქმულ „სილიკონის ველზე“ დომინირებს პერსონალის მართვის მოქნილი სისტემა, ხოლო გვრის ქიმიურ მრეწველობაში – მართვის მკაცრი, ვერტიკალურად ინტეგრირებული სისტემა. შვეიცარიული ტრანსნაციონალური კორპორაციების (ტნკ) წარმატება დიდწილად აიხსნება ღია და პრაქტიკულად უკონფლიქტო ურთიერთობით „თეთრებსა“ და „ღურჯ“ საყუდლოებს შორის, რაც იურიდიულად გაფორმდა 1937 წლის შეთანხმებით.

დასასრულ, პორტერი კომპანიათა შერწყმისა და შთანთქმის წინააღმდეგ გამოდის, თითქოსდა, კონკურენტუნარიანობის გასაძლიერებლად. ის ამტკიცებს, რომ შერწყმისას დარგში ქრება შიდა კონკურენცია და კომპანიები წყვეტენ ინოვაციების გამოგონებას. ისე ჩანს, თითქოს ძალისხმევათა დუბლირება ხელს უნდა უშლიდეს კომპანიებს, მაგალითად,

წარმოების მასშტაბებზე მოახდინოს ეკონომია. მაგრამ, მეორე მხრივ, კონკურენციის დაკარგვა სპობს კომპანიის მენეჯმენტისთვის აუცილებელ წნეხს, გამოიგონოს რაღაც ახალი და კომპანიები თავიანთ პოზიციებს უცხოელ კონკურენტებს უთმობენ.

კონკურენტული უპირატესობების 4 დეტერმინანტზე გავლენას ახდენს 2 დამოუკიდებელი ძალა: „მთავრობა“ და „შემთხვევა“.

ქვეყნის კონკურენტული უპირატესობების შექმნაში. „მთავრობის ადეკვატური როლი ნიშნავს, რომ ის გამოდიოდეს კატალიზატორისა და ახლის მაძიებლის როლში“. მან კონცენტრირება უნდა მოახდინოს ქვეყანაში წარმოების სპეციალიზებული ფაქტორების შექმნაზე, შეამოწმოს წარმოებული საქონლის შესაბამისობა უსაფრთხოებისა და გარემოს დაცვის სტანდარტებთან, ასევე – პირდაპირი კოოპერაციის შეზღუდვები პირდაპირ მეტოქეებს შორის ეკონომიკის დარგებში, მანვე უნდა განახორციელოს საწარმოებში და ა. შ. შრომის მწარმოებლურობის ზრდის სტიმულირება.

ქვეყნის კონკურენტუნარიანობის განსაზღვრაში არანაკლებ მნიშვნელოვან როლს ასრულებს შემთხვევა, ამასთან, ამ ფაქტორის მართვა, პრაქტიკულად, შეუძლებელია. მათ მიეკუთვნება ომები, ხანძრები, სტიქიური უბედურებები და ა. შ. მაგალითად, იმის წყალობით, რომ აშშ-ს მეორე მსოფლიო ომის დროს თავს არ დაესხნენ, ამ ქვეყანაში მიიღო კონკურენტული უპირატესობა სხვა ქვეყნებთან შედარებით. იგივე შეიძლება ითქვას შვეიცარიასა და შვედეთზე, რომლებმაც 1939-1945 წლებში შეინარჩუნეს ნეიტრალიტეტი.

ქვეყნის კონკურენტული უპირატესობების ზემოაღწერილი დეტერმინანტების ოპერირებით შეიძლება განვსაზღვროთ, რომელი დეტერმინანტი საჭიროებს გაუმჯობესებას და რა არის აუცილებელი ამის გასაკეთებლად. ამასთან, პორტერის მიხედვით, საუკეთესო პირობები საექსპორტოდ გასაგზავნი წარმოებული პროდუქციის კონკურენტუნარიანობის ასამაღლებლად იქმნება სამრეწველო კლასტერებში. კლასტერების გამოვლენა მიმდინარეობს შემდეგი სქემით:

1. კლასტერის შეფასება უნდა დაიწოს მსხვილი ფირმის განხილვით, ხოლო შემდეგ დამატებული ღირებულების ჯაჭვის ანალიზის

მეშვეობით გამოვავლინოთ ყველა ფირმა, რომლებიც აწვდის ნახევარპროდუქტებს, მომსახურებას, რომელიც უზრუნველყოფს სერვისს და ა. შ. კვლევის პროცესში ვლინდება როგორც პორიზონტალური, ისე ვერტიკალური ჯაჭვები, რომლებიც აკავშირებენ სხვადასხვა ფირმას;

2. კვლევის მეორე ეტაპია იმ ორგანიზაციების განხილვა, რომლებიც კლასტერის ფირმებისთვის ეწევა საინფორმაციო და საგანმანათლებლო მომსახურებას, ფინანსურ და სამეცნიერო მხარდაჭერას;

3. დამაგვირგვინებელ ეტაპზე ძირითადი ყურადღება ეთმობა სამთავრობო ორგანიზაციებს, რომელთაც შეუძლიათ დადებითი გავლენა მოახდინონ კლასტერის განვითარებაზე.

პორტერი ამტკიცებს, რომ აუცილებელია დაეხმარონ ყველა კლასტერს განვითარებაში, გამონაკლისის გარეშე, რადგან ძნელია განჭვრიტო, რომელი კლასტერი განვითარდება სწრაფად და რომელი – ნელა. ამიტომ მთავრობის პოლიტიკა, რომლის დროსაც დახმარებას უწევენ მხოლოდ იმ კლასტერებს, რომლებსაც დღესდღეობით აქვთ განვითარების მაღალი ტემპი, მისი აზრით, არის მცდარი. ამგვარად, კონკურენტულ უპირატესობათა რომში და კლასტერი აღარ არის მხოლოდ თეორიული აგება და მათ პრაქტიკული მნიშვნელობა შეიძინეს.

მოგვიანებით პორტერის ჯგუფმა, რომელშიც კოორდინატორად გამოდიოდა მისი კოლეგა მ. ენრაიტი, კიდევ ერთხელი დაასკვნა: კომპანიათა საწარმოო სიმძლავრე მრავალი კონკურენტუნარიანი დარგიდან განთავსდება მხოლოდ რამდენიმე ქვეყანაში და მათ რეგიონებში მცირე ოდენობის კონცენტრაციით ხასიათდება. ამგვარად, ტერმინმა კლასტერმა შეიძინა აგრეთვე გეოგრაფიული შემადგენელი, რომელიც პორტერმა ასახა სამრეწველო კლასტერის ერთ-ერთ ბოლო განსაზღვრაში: კლასტერი – ესაა „გეოგრაფიულად მოსაზღვრე ურთიერთდაკავშირებული კომპანიების ჯგუფი და მასთან დაკავშირებული ორგანიზაციები, რომლებიც მოქმედებენ გარკვეულ სფეროში და ხასიათდებიან საქმიანობის ერთიანობით, ამასთან ავსებენ ერთმანეთს“. ცნება „სამრეწველო კლასტერის“ განსაზღვრაში ცვლილებებმა მოგვიანებით გარკვეული არეულობა შეიტანა ტერმინებში.

სამრეწველო კლასტერს, როგორც წარმოების ორგანიზაციის სივრცობრივ ახალ ფორმას, პორტერი ანიჭებს პრიორიტეტს ქვეყნის კონკურენტუნარიანობის გაუმჯობესებაში. მართლაც, კლასტერული ფირმების გეოგრაფიული სიახლოვე განაპირობებს წარმოების უფრო დაბალ დანახარჯებს საერთო-სამეცნიერო და ტექნოლოგიური ინფრასტრუქტურის გამოყენების ხარჯზე, ასევე კონკურენციის გაძლიერებით ფირმებს შორის, დროებითი ალიანსების წარმოქმნის შესაძლებლობით კომპანიის კონკურენტუნარიანობის ურთიერთამაღლებიანობის, დიფერენცირებული და ხარისხობრივი მოთხოვნით საქონელზე და ა. შ.

ამერიკელმა მკვლევარმა აგრეთვე ხაზგასმით აღნიშნა, რომ მაკროეკონომიკური სტაბილურობა, რომელშიც იგულისხმება პოლიტიკური, სოციალური და სამართლებრივი ჩარჩოიანი პირობები, მხოლოდ პოტენციალს ქმნის მაღალი კონკურენტუნარიანობისთვის. მ. პორტერის მიხედვით, კონკურენტული უპირატესობების შექმნის უნარი დამოკიდებულია ქვეყნის მიკროეკონომიკური პოტენციალის გაუმჯობესებასა და ფირმებს შორის ლოკალური კონკურენციის გაძლიერებაზე.

კომპანიის კონკურენტუნარიანობის საკითხებზე წამყვანი ექსპერტის იმიჯი, რომელიც მან მიიღო 1980-იანი წლების დამდეგს, რომისა და კლასტერის კონცეფციის მკაფიოდ გამოხატული პრაქტიკული მიმართულება, აგრეთვე მეცნიერის რწმენა, რომ თეორიის სისწორის შემოწმების საუკეთესო საშუალებაა მისი პრაქტიკაში გამოყენება, დაეხმარა მ. პორტერს, შეეძინა მრავალი მომხრე სამრეწველო კლასტერის კონცეფციის განვითარებაში.

პორტერს ეკუთვნის აგრეთვე **ერის განვითარების ოთხი სტადიის კონცეფცია**, რომლის თანახმადაც, სახელმწიფო გადის კონკურენტუნარიანობის განვითარების ოთხ სტადიას: 1. კონკურენცია წარმოების ფაქტორების საფუძველზე (ქვეყნები მოსახლეობის ერთ სულზე დაბალი შემოსავლით); 2. კონკურენცია ინვესტიციების საფუძველზე (ქვეყნები ერთ სულ მოსახლეზე საშუალო შემოსავლით); 3. კონკურენცია ინოვაციების საფუძველზე (ქვეყნები ცხოვრების მაღალი დონით); 4. კონკურენცია სიმდიდრის საფუძველზე.

პირველი სამი სტადიის განმავლობაში

ქვეყანა განიცდის ეკონომიკურ ზრდას, იზრდება მეურნეობის კონკურენტუნარიანობა და მოსახლეობის კეთილდღეობა, ამასთან, მისი ეკონომიკა გადადის ბუნებრივი რესურსების გამოყენებით განვითარების ფორმიდან ეკონომიკაზე, რომელიც ემყარება ცოდნას – **ცოდნის ეკონომიკას**. მეოთხე ეტაპზე განვითარება ნელდება და ქვეყანაში იწყება დაცემა.

ქვეყნების განვითარებაში საკვანძო მომენტებია ერთი საფეხურიდან მეორეზე გადასვლის სტადიები. აუცილებელია აღინიშნოს, რომ ქვეყნის გადასვლა პირველი საფეხურიდან მეორეზე ხორციელდება ადვილად, ვიდრე მეორედან მესამეზე. ქვეყნებს, რომლებმაც წარმატებით განახორციელეს კონკურენციის სტადიაზე გადასვლა ინოვაციების საფუძველზე, შეიძლება მივაკუთვნოთ, პირველ ყოვლისა, ისეთი პატარა ქვეყნები, როგორიცაა: ფინეთი და ირლანდია. ქვეყნის ისტორიაში აგრეთვე მნიშვნელოვანი მომენტი ქვეყნის განვითარების მეოთხე სტადიაზე გადასვლის დაწყების იდენტიფიკაცია, რომელიც მთავრდება დაცემით. დასავლეთი ევროპის პატარა ქვეყნებს შორის ასეთი საფრთხე განიცადა შვეიცარიამ და შვედეთმა 1990-იანი წლების დამდეგს.

მ. ენრაიტის რეგიონული კლასტერების კონცეფცია. მ. ენრაიტი მ. პორტერის უახლოესი მიმდევარია. მ. ენრაიტის ნაშრომები გამოირჩევა კვლევის უფრო დიდი გეოგრაფიულობით, ვიდრე პორტერის. მ. ენრაიტის მთავარი ამოცანაა კონკურენტული უპირატესობის გეოგრაფიული მასშტაბის გამოკვლევა. იგი ვარაუდობდა, რომ კონკურენტული უპირატესობა იქმნება არა ზენაციონალურ ან ნაციონალურ დონეზე, არამედ რეგიონულ დონეზე, სადაც მთავარ როლს ასრულებს რეგიონების განვითარების ისტორიული წანამდგრები, ბიზნესის წარმოების კულტურათა მრავალფეროვნება, წარმოების ორგანიზაცია და განათლების მიღება.

თავისი თეზისის დასამტკიცებლად ენრაიტმა ჩაატარა კვლევა მრეწველობის რამდენიმე დარგში, რომლებიც კონცენტრირებული იყო მსოფლიოს გარკვეულ რეგიონებში. განვიხილოთ ენრაიტის კვლევიდან სამი მაგალითი: 1. ქიმიური მრეწველობა გერ-სა და შვეიცარიაში; 2. სინთეტიკური ბოჭკოების წარმოება იაპონიაში; 3. კერამიკული ფილების წარმოება იტალიაში.

ქიმიური მრეწველობა გერ-სა და შვეიცარიაში. ეს ქვეყნები ხასიათდებიან თავიანთი კონკურენტული პოზიციების მდგრადობით ქიმიურ მრეწველობაში. კვლევების ჩატარების დროს (1980-იანი წლების ბოლო) უმსხვილესი ქიმიური კონცენტრები იყო სამი გერმანული ტნკ – „ბასფი“, „ბაიერი“ და „ხესტი“. მსოფლიოში 15 უმსხვილესი ფარმაცევტული კომპანიიდან შვეიცარიაში იყო სამი („სიბა-ჰეიგი“, „ჰოფმან-ლია-როში“ და სანდოცი“). ორივე ქვეყნის კომპანიათა ძირითადი ქარხნები იმყოფება მდინარე რაინზე ან მის შენაკადზე, მდინარე მაინზე. გერმანიის ქიმიური მრეწველობა კონცენტრირებულია სამ ქალაქში (ლევერკუზენი, ფრანკფურტი მაინზე და ლუდვიგსჰაფენი), ხოლო შვეიცარიული ტნკ-ების სათავე საწარმოები – ბაზელში.

გერმანიისა და შვეიცარიის ქიმიური მრეწველობის კონკურენტული უპირატესობები იქმნებოდა სწორედ ამ ოთხ ქალაქში. ენრაიტმა გამოყო გერმანული და შვეიცარიული ტნკ-ების წარმატების რამდენიმე ფაქტორი. პირველ ყოვლისა, ამ ქვეყნებს აერთიანებს ორგანული ქიმიის საერთო სკოლა, რომელიც 1840-იან წლებში გისენის უნივერსიტეტის პროფესორმა, გერმანელმა მეცნიერმა ი. ლიბიგმა შექმნა. ქიმიის განვითარება ქვეყანა-კონკურენტებში, საფრანგეთსა და ბრიტანეთის იმპერიაში, ძლიერ ჩამორჩებოდა გერმანულენოვან ქვეყნებს. როგორც შედეგი, ქიმიური წარმონაქმნი გერ-სა და შვეიცარიაში უფრო იყო განვითარებული, ამასთან, ქიმიური განათლების მქონე სპეციალისტების რიცხვი განუსრულად იზრდებოდა, რაც ხელს უწყობდა ქიმიური მრეწველობის სწრაფ განვითარებას (პირობები წარმოების ფაქტორებისთვის – მ. პორტერის რომიდან).

მეორე, ქიმიურ ტნკ-ებს აერთიანებს ეკონომიკურ-გეოგრაფიული მდგომარეობა მდინარე რაინსა და მის შენაკადებზე. რაინი უზრუნველყოფს საწარმოო პროცესს წყლით, მისი მეშვეობით გადააქვთ ნედლეული და წარმოების საბოლოო პროდუქტები, გარდა ამისა, იგი წარმოადგენდა აუზს გასუფთავებული საწარმოო ნარჩენების გადასაყრელად. მესამე, საწარმოო ტექნოლოგიების განვითარებამ უზრუნველყო კომპანიებისთვის მაღალდიფერენცირებული მოთხოვნა როგორც თავად ბაზირების ქვეყნებში, ისე მთელ ევროპაში (პირველ

ყოფლისა, სამკურნალო პრეპარატებზე, საღებავ მასალებზე და ორგანული ქიმიის სხვა პროდუქტებზე). მეოთხე, კომპანიები მუდმივად მეტოქეობდნენ ერთმანეთთან, ნერგავდნენ რა წარმოებაში სულ უფრო სრულყოფილ ტექნოლოგიებს, რათა გაესწროთ თავიანთი კონკურენტებისთვის.

ასე შექმნეს გერმანულმა და შვეიცარიულმა კომპანიებმა თავიანთი კონკურენტული უპირატესობები ერთსა და იმავე წყაროდან: საერთო საგანმანათლებლო ბაზა, მსგავსი ეკონომიკურ-გეოგრაფიული მდებარეობა, ურთიერთქმედება მრეწველობის მონათესავე და მოსაზღვრე დარგებთან. კონკურენტული უპირატესობის ამ მაგალითს ენრაიტმა უწოდა სუპერნაციონალური უპირატესობა, რომელიც ეფუძნება რამდენიმე ერთმანეთთან მჭიდროდ ურთიერთდაკავშირებული შტანდორტის კონკურენციას, რომლებიც მდებარეობს მეზობელი სახელმწიფოების ფარგლებში.

სინთეტიკური ბოჭკოების წარმოება იაპონიაში. როგორც ცნობილია, იაპონია ერთ-ერთი მსოფლიო ლიდერია სინთეტიკური ბოჭკოების წარმოებასა და ექსპორტში. ენრაიტის კვლევის დროს დაახლოებით 5 ათასი იაპონური კომპანია მსოფლიოში სინთეტიკური ბოჭკოს დაახლოებით 25%-ის ექსპორტს ახდენდა. ადმინისტრაციული თვალსაზრისით, იაპონიის ტერიტორია იყოფა 47 პრეფექტურად, მაგრამ ამ დროს საწარმოო სიმძლავრეების კონცენტრაცია ამ დარგში საოცარია – ქვეყნის სინთეტიკური ბოჭკოს წარმოების 85%-ზე მეტი მხოლოდ სამ პრეფექტურაზე მოდის: ფუკუიზე, იშიკავასა და ტოიამაზე.

ამ პრეფექტურათა კონკურენტული უპირატესობები კარგად აიხსნება კონკურენტული უპირატესობების რომბის წესით. ჯერ **ერთი**, ამ სამი პრეფექტურის ტერიტორიაზე შეიქმნა ხელსაყრელი პირობები სინთეტიკური ბოჭკოს წარმოების განვითარებისთვის. ხელსაყრელმა კლიმატმა გადამწყვეტი როლი შეასრულა ამ ტერიტორიაზე აბრეშუმის წარმოების ჩამოყალიბებაში. უკვე XV-XVI საუკუნეში იქ დაგროვდა თაობიდან თაობაზე გადაცემული დიდი ოდენობის სპეციფიკური ცოდნა თუთის აბრეშუმხვევიას გამოზრდის მეთოდებსა და სხვადასხვა ხარისხის აბრეშუმის შექმნაზე. კვალიფიციური სამუშაო ძალის არსებობამ განაპირობა ბამბუ-

ლის ქსოვილისგან ტანსაცმლის მწარმოებელი უამრავი კომპანიის განვითარება XX საუკუნის დამდეგს და სინთეტიკური ბოჭკოს წარმოების ფირმები 1950-1960-იან წლებში.

მეორე, მდებარეობდა რა ქალაქ კიოტოს გვერდით, რომელიც 1868 წლამდე იყო იაპონიის დედაქალაქი და იმპერატორის რეზიდენცია, ამან სამივე პრეფექტურის მწარმოებლებისთვის უზრუნველყო დიფერენცირებული მოთხოვნა, ვინაიდან აბრეშუმის ტანსაცმლის ტარება ნებადართული იყო მხოლოდ იმპერატორის ოჯახის წევრებისთვის, სასახლის კარზე მოფებისა და დიდგვაროვნებისთვის.

მესამე, აქტიურად ვითარდებოდა მონათესავე და საქმიანობის ხელშემწყობი სფეროები – ვაჭრობა აბრეშუმითა და ბამბუელის ტანსაცმლით ოსაკას პორტის მეშვეობით და მანქანების წარმოება ბამბის დასამუშავებლად.

მეოთხე, ამ რეგიონებში შეინიშნებოდა მუდმივი კონკურენცია ქსოვილის მრავალრიცხოვან მწარმოებლებს შორის თავიანთი პროდუქციის გასასაღებლად მცირე რაოდენობის სავაჭრო კომპანიებისა და ფირმებისთვის, რომლებიც დაკავებული იყვნენ ტანსაცმლის წარმოებით. ფირმები იმყოფებოდნენ მუდმივი წნეხის ქვეშ, რათა გაეუმჯობესებინათ ქსოვილის ხარისხი და წარმოების ტექნიკური აღჭურვა.

როგორც ჩანს, პრეფექტურების – „ფუკუის“, „იშიკავასა“ და „ტოიამას“ – კონკურენტული უპირატესობები იმ ფირმებს შორის მრავალსაუკუნოვანი რეგიონთაშორისი კოოპერაციის შედეგია, რომლებიც საბოლოო პროდუქციის წარმოების სხვადასხვა სტადიაზე, ასევე მსგავსი ფუნქციების მქონე კომპანიებს შორის კონკურენციისა. კონკურენციული უპირატესობის ასეთი ტიპი ენრაიტმა აღნიშნა, როგორც რეგიონული უპირატესობა, რომელიც დამყარებულია რამდენიმე რეგიონის ურთიერთქმედებაზე ერთი ქვეყნის შიგნით.

კერამიკული ფილების წარმოება იტალიაში. ენრაიტმა გვიჩვენა, რომ იტალიაში გამოშვებული მთელი კერამიკული ფილების 80%-ზე მეტი იწარმოებოდა სასულოდ სამრეწველო ოლქში, სადაც მუშაობდა 200 ფირმაზე მეტი. თუკი გავითვალისწინებთ, რომ იტალიის წილი ფილების მსოფლიო წარმოებაში შეადგენდა 35%-ს, ხოლო მსოფლიო ექსპორტში – 55%-ს, მაშინ ცხადი ხდება, რომ ეს ქალაქი იყო კერა-

მიკული ფილების წარმოების წამყვანი ცენტრი მსოფლიოში. მაშ, რა არის იტალიური კომპანიების ესოდენ წარმატებული სპეციალიზაციის მიზეზი სწორედ ქ. სასულოს რაიონში?

მეორე მსოფლიო ომის შემდეგ ამ შედარებით აყვავებულ რაიონში ცხოვრობდა საკმაოდ ბევრი ინიციატივიანი ადამიანი, რომლებიც ფლობდნენ მცირე სასტარტო კაპიტალსა და საორგანიზაციო მუშაობის უნარს. ახალ ფირმებს ჰქონდათ ხელსაყრელი პირობები ახალი პერსონალის დასაქირავებლად, ვინაიდან მეზობელ ქალაქებში, მოდენესა და ბოლონიაში, რომლებიც სპეციალიზდებოდა სასოფლო-სამეურნეო მოწყობილობის წარმოებასა და შესაფუთი მასალების გამოშვებაზე, უმუშევრად რჩებოდა ტექნიკური განათლების მქონე უამრავი სპეციალისტი. მეორე მხრივ, ფირმებმა გადალახეს ლოკალური არახელსაყრელი პირობები, კერძოდ კი, მაღალი დანახარჯები ნედლეულისა და სათბობის მიწოდებაზე ინოვაციების დანერგვით საწარმოო პროცესში. შედეგად მნიშვნელოვნად შემცირდა ნედლეულისა და სათბობის ხვედრითი დანახარჯი ერთეულ პროდუქციაზე ყველაზე თანამედროვე გამოსაწვავი ღუმლების გამოყენების ხარჯზე, მასალების ეკონომიური გამოყენებითა და შრომის მწარმოებლურობის ამაღლებით. ამან იტალიურ კომპანიებს მისცა უდავო უპირატესობა კონკურენტულ ბრძოლაში უცხოურ საწარმოებთან.

იტალიელი მწარმოებლების მაღალი კონკურენტუნარიანობის მეორე ფაქტორი იყო მაღალდიფერენცირებული შიგა მოთხოვნა ფილაზე. ომის შემდგომი სამშენებლო ბუმის პერიოდში ფილა აქტიურად გამოიყენებოდა ბინებისა და სახლების შიგნიდან მოსაპირკეთებლად. დროთა განმავლობაში ჩრდილოეთი იტალიის მცხოვრებთა შემოსავალი თანდათანობით იზრდებოდა, რამაც განაპირობა სარემონტო ან საკუთარი ბინების სამოდერნიზაციო ფილაზე მოთხოვნის კიდევ უფრო მეტი დიფერენცია. მაგალითად, 1985 წელს დაითვლებოდა 7,6 ათასი სპეციალიზებული საგამოყენო დარბაზი, რომლებიც აგებული იყო ქ. სასულოს შემოგარენში, სადაც მყიდველებს შეეძლოთ გარკვეულიყვნენ მათთვის საჭირო ფილების არჩევანში.

მესამე, ფილების ფირმა-მწარმოებლებს

გამუდმებით ჰქონდათ კონკურენცია ერთმანეთს შორის, განუწყვეტლად აუმჯობესდნენ რა თავიანთი საქონლის ტექნოლოგიასა და დიზაინს. ფირმათა დიდი ნაწილი ცალკეული ოჯახების საკუთრება იყო, ამიტომ ბიზნესში მოწინავე პოზიცია ოჯახისთვის უზრუნველყოფდა წამყვან პოზიციას ქალაქის მმართველობაში. კონკურენტული უპირატესობის ასეთ ტიპს ენრაიტმა უწოდა ლოკალური უპირატესობა, რომელიც თავისთავად წარმოადგენს ურთიერთდაკავშირებული მცირე და საშუალო საწარმოების ურთიერთქმედების ქსელის შედეგს; ეს საწარმოები მჭიდროდ თანამშრომლობენ ერთმანეთს შორის და იმედლებენ თავიანთ კონკურენტუნარიანობას კოოპერაციიდან ერთმანეთთან კონკურენციამდე.

ამგვარად, ენრაიტი მივიდა დასკვნამდე, რომ არსებობს რეგიონული კლასტერები. რეგიონული კლასტერი – ეს სამრეწველო კლასტერია, რომელშიც კლასტერის ფირმა-წევრები იმყოფება ერთმანეთთან გეოგრაფიულ სიახლოვეში. ან რეგიონული კლასტერი – ეს იმ ფირმათა გეოგრაფიული აგლომერაციაა, რომლებიც მუშაობენ მეურნეობის ერთ ან რამდენიმე მონათესავე დარგში.

რეგიონული კლასტერი თავის თავში უნდა მოიცავდეს: 1. მცირე და საშუალო საწარმოთა სამრეწველო რაიონს; 2. იმ მაღალტექნოლოგიური ფირმების კონცენტრაციას, რომლებიც დაკავშირებული არიან განვითარებითა და წარმოების (ტექნოლოგიის) საერთო მეთოდების გამოყენებით; 3. საწარმოო სისტემას მსხვილი ტნკ-ების ყოფილ საწარმოებთან და ფირმებთან.

ჩატარებული კვლევის შედეგებიდან გამომდინარე, ენრაიტმა დაასკვნა, რომ ქვეყნების კონკურენტული უპირატესობები ყალიბდება არა ნაციონალურ ან ზენაციონალურ დონეზე, არამედ რეგიონულ დონეზეც. რეგიონული კლასტერები – ესაა კლასტერული პოლიტიკის გატარების კონკრეტული ობიექტები. სწორედ მათ სჭირდებათ ყურადღება სახელმწიფო სტრუქტურების მხრიდან და მხარდაჭერა – კვლევითი ორგანიზაციებისგან. რეგიონული კლასტერების განვითარების გაუმჯობესების მთავარი დეტერმინანტებია პორტერის მიერ განსაზღვრული კონკურენტული უპირატესობების რომლის ოთხი მხარე.

ყველა დასკვნისა და თეორიული აგების რეზიუმირებით, რომელიც გაკეთდა კონკურენტუნარიანობის პრობლემაზე კვლევათა მსვლელობისას, პორტერმა და ენრაიტმა გამოყვეს, სულ მცირე, კლასტერების განვითარების სტიმულირების აუცილებლობის სამი მთავარი მიზეზი:

1. კლასტერები ზრდის შრომის მწარმოებლურობასა და წარმოების ეფექტიანობას, ვინაიდან ფირმებისთვის ადვილდება წვდომა მიმწოდებლებთან, კვალიფიციურ სამუშაო ძალასთან, ინფორმაციასთან, მომსახურებასა და საგანმანათლებლო ცენტრთან. იმის გამო, რომ ფირმები კლასტერში განლაერთმანეთის უშუალო სიახლოვეს გდება, მარტივდება ერთობლივი მოქმედებების კოორდინაცია და ტრანზაქციები ფირმა-პარტნიორებს შორის. დისპერსიულად განლაგებულ ფირმებთან შედარებით ჩქარდება ინოვაციათა დიფუზიაც. გარდა ამისა, შესაძლებელია ფირმა-კონკურენტების მიერ ერთმანეთის ფუნქციონირების ეფექტიანობის რეალური შედარება.

2. კლასტერები სიახლეთა გამოგონების სტიმულირებას ახდენენ იმის გამო, რომ ფირმებს ხელი მიუწვდებათ საწარმოო პროცესის სრულყოფის ყველაზე თანამედროვე ინფორმაციასთან, ხოლო საგანმანათლებლო და სამეცნიერო-კვლევითი ცენტრები ახალი ცოდნის გენერირებას ახდენენ და შესაძლებლობა აქვთ ექსპერიმენტულად დაამტკიცონ ან უარყონ ახალი თეორიების სისწორე.

3. კლასტერები აადვილებენ ცოდნისა და წარმოების კომერციალიზაციას. იქმნება შედევითიანი პირობები (შესაბამისი სამუშაო ძალის არსებობა, რომელიც ხელს უწყობს ინსტიტუტებს და საჭირო მიმწოდებლებს) ახალი ფირმების შესაქმნელად ახალი ტიპის საქონლის წარმოებათა გასაშვებად. ყოველივე ამის მიღწევა შესაძლებელია საინფორმაციო ნაკადების გაძლიერებით, რომლებიც აგრეთვე მოიცავს იდეების, ცოდნისა და „ნოუ ჰაუს“ გაცვლას კლასტერების შემადგენელი ფირმების თანამშრომლებს შორის. ამგვარად, კონკურენტულ უპირატესობათა რომში კლასტერების განვითარების მამოძრავებელი ძალაა, ხოლო რეგიონული და სამრეწველო კლასტერი – ესაა რომის დარგობრივი და სივრცითი გამოხატულება.

მ. პორტერის და მ. ენრაიტის კონცეფციითა კრიტიკა და შემდგომი განვითარება. კონკურენტულ უპირატესობათა რომის და მ. პორტერის სამრეწველო კლასტერის კონცეფციამ მრავალ მომხრესთან ერთად უამრავი კრიტიკოსი შეიძინა, ამასთან აუცილებელია აღინიშნოს, რომ კრიტიკულ შენიშვნათა უმეტესობა სრულიად სამართლიანი იყო:

1. ეკონომისტმა უ. კერტრაიტმა გააკეთა საკმაოდ მკაცრი რეზიუმე მ. პორტერის მოდელის შესახებ, როცა განაცხადა, რომ პორტერმა მოახდინა საყოველთაოდ ცნობილი იდეების პერეფრაზირება. მართლაც, კონკურენტული უპირატესობების რომის ახლო განხილვისას ვლინდება რომბამდე, სულ მცირე, სამი ცნობილი თეორია: პ. რომერის „ახალი ზრდის“ თეორია (პირობები ფაქტორებისთვის), ბ.-ო. ლუნდვალის მომხმარებელი-მწარმოებელის ურთიერთობის თეორია (მოთხოვნის მდგომარეობა) და ა. მარშალის ქსელური განვითარების მოდელი (მონათესავე და მხარდამჭერი დარგები). გარდა ამისა, კლასტერის გაველნა რეგიონის კონკურენტუნარიან განვითარებაზე ფ. პერუს ზრდის „პოლუსების“ მრეწველობის დარგების განვითარების კონცეფციის მსგავსია. თუმცა სამართლიანობისთვის საჭიროა აღინიშნოს, რომ თავად პორტერი არ უარყოფს სხვა თეორიების გამოყენებას თავისი კონცეფციების აგებისას.

2. ბრიტანელმა ეკონომიკოს-გეოგრაფებმა, რ. მარტინმა და პ. სანლიმ. დაახასიათეს პორტერის „კლასტერი“, როგორც „პორტერის ბრენდი“, რომელიც სწრაფად „იყიდეს“ როგორც მეცნიერებმა, ისე ფუნქციონერებმა, ამით ის უფრო პოპულარული გახადეს. მაგრამ, მათი აზრით, ისევე, როგორც ყველა მოდური საგანი, „კლასტერიც“ მალე გავა მოდიდან.

3. ე. რაინერტმა ეჭვქვეშ დააყენა კონკურენტული უპირატესობების წარმოშობის პირობები, ვინაიდან კონკურენტუნარიანობა აუცილებელი არაა შეიქმნას კლასტერში, რადგან არსებობს ფირმებისა და დარგების წარმატებული განვითარების მაგალითები კლასტერების გარეთ.

4. კანადელმა მკვლევარმა დ. რობინსონმა ხაზგასმით აღნიშნა, რომ ყველა კლასტერს როდი შეიძლება ჰყავდეს თავისი შემადგენლობაში ყველაზე კონკურენტუნარიანი კომპანიები.

5. ჯ. დანიგმა ყურადღება მიაქცია, რომ კონკურენტული უპირატესობების რომში ადგე-ვატურად არ ასახავს ტნკ-ების ზემოქმედების როლს კლასტერებზე, რადგან მ. პორტერმა საკმაოდ დიდი ყურადღება დაუთმო კლასტერების განვითარებას თავიანთი შესაძლებლობების საფუძველზე, თანაც არ გაითვალისწინა წარმოების ტრანსნაციონალიზაცია.

6. მეცნიერებმა ნიდერლანდებიდან – ფ. ვან დენ ბოსმა და ა. ბან პროიანმა – შენიშნეს, რომ პორტერის მოდელში აუცილებელია მეტი ყურადღება დავუთმოთ ქვეყნების ეროვნულ თავისებურებებს.

7. ეკონომისტმა დ. დეილიმ აღმოაჩინა, რომ პორტერის მოდელში ბუნდოვანია მაკროეკონომიკური ცვლადების გავლენა, ხოლო ნორვეგიელმა ეკონომისტმა რ. ნარულამ აღნიშნა, რომ გაუგებარია, რა მდგომარეობაშია პორტერის მოდელი – სტატიკურსა თუ დინამიკურში.

ჩვენი მხრივ, შეგვიძლია აღვნიშნოთ, რომ კონკურენტული უპირატესობების რომში ასახავს განვითარებული ქვეყნების კონკურენტუნარიანობის ფაქტორებს, ამიტომ ყოველთვის გამოსადეგი არაა განვითარებადი ქვეყნებისთვის. მაგალითად, „მოთხოვნის მდგომარეობა“ საეჭვოა ასრულებდეს მნიშვნელოვან როლს ჩინური საქონლის კონკურენტუნარიანობის ამაღლებაში. განვითარებადი ქვეყნებისთვის დარგების კონკურენტუნარიანობის განსაზღვრაში უფრო დამახასიათებელია ტრადიციული ფაქტორები – შრომა, მიწა და კაპიტალი. პორტერმა თავის კონცეფციაში სცადა ერის განვითარება 4 სტადიად აესახა.

შევნიშნავთ, რომ თავდაპირველად კლასტერად იქნა აღნიშნული ქვეყნის მოსაზღვრე დარგების ჯგუფი, რომელიც აწარმოებს საექსპორტო, ე. ი. ყველაზე კონკურენტუნარიან საქონელს. შემდეგ ტერმინი აღნიშნავდა ფირმების ჯგუფს, რომელიც აწარმოებდა მსგავს საქონელსა და მომსახურებას, იყვნენ რა კონცენტრირებული ერთ შტანდორტში. გეოგრაფიული სიახლოვის ხარჯზე კომპანიებს როგორც კოოპერირების შესაძლებლობა აქვთ, ისე ერთმანეთს შორის კონკურენციის, რითაც ზრდიან რეგიონის კონკურენტუნარიანობას, შესაბამისად კი – ქვეყნის. ამით ტერმინი „კლასტერის“ მნიშვნელობა მიუახლოვდა ტერმინ „სამრეწვე-

ლო რაიონის“ მნიშვნელობას მისი იტალიური გაგებით.

პორტერმა ლოგიკური დასკვნა გამოიტანა: თუკი საექსპორტოდ სამრეწველო რაიონებში ყველაზე მეტად ორიენტირებული დარგები მდებარეობენ, მაშინ სწორედ ისინი უნდა განვითარდნენ კლასტერებში. მაგრამ, თუკი, ვთქვათ, ტერიტორიულ საწარმოთა კომპლექსები (ტსკ) და სამრეწველო რაიონები აღწერს რეალურად დასაკვირვებელ მოვლენებს, კლასტერები თავისთავად წარმოადგენენ წარმოების ორგანიზაციის იდეალიზებულ ფორმას – წარმოების, ინოვაციური სტრუქტურების, მცირე და საშუალო საწარმოებისა და ტნკ-ების თანაფარდობას. მათემატიკური გამოთვლებით კონცეფციის დაუმტკიცებლობამ მიგვიყვანა იქამდე, რომ თავისი გენეზისით სხვადასხვა ობიექტი კლასტერად იწოდება. მაგალითად, რ. მარტინმა და პ. სანლიმ აღმოაჩინეს 10 ერთმანეთისგან განსხვავებული კლასტერის განსაზღვრა. იმავე პრობლემებს დეფინიციასთან დაკავშირებით ჩვენ აღმოვაჩენთ ტერმინ „რეგიონულ კლასტერში“. ეს ტერმინი გამოიყენება, სულ მცირე, სამი სხვადასხვა ობიექტის აღსაწერად:

1. რამდენიმე კლასტერის განსაზღვრა, ისეთის, რომლებიც სპეციალიზდება ერთტიპური პროდუქციის წარმოებაზე და ხასიათდება გეოგრაფიული მდებარეობის ერთიანობით;

2. მრეწველობის დარგის ან მომსახურების სფეროს აღწერა, რომელიც სივრცობრივად წარმოდგენილია მრეწველობის ამ დარგში დასაქმებული გარკვეული ფირმების ქარხნებით;

3. დამატებული ღირებულების ჯაჭვის აღწერა, რომელიც თავმოყრილია გარკვეულ შტანდორტში.

მოსაზრებათა დიდმა არეულობამ იმის შესახებ, თუ რა არის კლასტერი, აუცილებელი გახდა სხვადასხვა ტიპის კლასტერის კლასიფიკაციის შექმნა. ეს ჩანს აგრეთვე პორტერის ერთ-ერთი ბოლო გამონათქვამიდან, სადაც ამბობს, რომ ჩვენ გვაქვს მცირე სისტემატური ინფორმაცია არსებული კლასტერების ყველა ტიპზე.

მაგალითად, სკანდინავიელი მეცნიერები – ბ. დალუმი, კ. პედერსონი და გ. ვილუმსენი – თავიანთი კვლევების შედეგების საფუძველზე გამოყოფენ რამდენიმე პარამეტრს, რომელთა

მიხედვითაც კლასტერები შეიძლება განსხვავდებოდნენ ერთმანეთისგან:

- გეოგრაფია – კლასტერების სხვაობა ზომების მიხედვით. ზოგიერთი მათგანი გამოირჩევა მაღალი გეოგრაფიული კონცენტრაციით, სხვები – კლასტერთა ფირმა-წევრების საკმაოდ დისპერსიული მდებარეობით;
- სიღრმე – კლასტერული ფირმების ვერტიკალური ინტეგრაციის განვითარების ხარისხი, ე. ი. კლასტერში წარმოებული პროდუქტის ყველა დონის დამატებითი ღირებულების ჯაჭვის (დღჯ) არსებობა;
- სიგანე – კლასტერული ფირმების ჰორიზონტალური ინტეგრაციის განვითარების ხარისხი. აქ დიდი მნიშვნელობა ენიჭება ფირმების რაოდენობას, რომლებიც კოოპერირდება წარმოების ერთნაირ სტადიებზე, შეიმუშავენ რა ახალ საწარმოო ტექნოლოგიებს. ასევე მნიშვნელობა აქვს საგანმანათლებლო ცენტრებს, წარმოებული პროდუქციის დისტრიბუციის არსებობას;
- სამეცნიერო კვლევითი ინსტიტუტების (სკი) და უმაღლესი სასწავლებლების არსებობა კლასტერში – ეს პარამეტრი განსაზღვრავს მთელი კლასტერის ინოვაციურობას და წარმოებული პროდუქციის სრულყოფის შესაძლებლობას;
- ფირმების ფლობის სტრუქტურა კლასტერში – ესაა კლასტერში ადგილობრივი მცირე და საშუალო საწარმოების, ფილიალებისა და ტრანსნაციონალური კორპორაციების (ტნკ) შეიღობილ-კომპანიების, მსხვილი ადგილობრივი ფირმების თანაფარდობა. ყველაზე საკმაოდ პრობლემად მიგვაჩნია კლასტერში უცხოური ტნკ-ის არსებობის აუცილებლობა. ერთი მხრივ, მათ შეუძლიათ მოგვითანონ ახალი მიღწევები და ფინანსური სარგებელი ადგილობრივ ეკონომიკაში, ხოლო, მეორე მხრივ, ტნკ ხელს უწყობს კავშირის შესუსტებას ადგილობრივ მცირე და საშუალო საწარმოებს შორის, რაც თავად კლასტერის წარმოქმნის მთავარი ფაქტორია.

რა თქმა უნდა, თუკი გამოვიყენებთ ტერმინ „კლასტერს“ წარმოების კონცენტრაციის ყველა

პროცესის მიმართ, მაშინ ეს ტერმინი აუცილებლად დაკარგავს ყოველგვარ აზრს. ტერმინს აქვს ორი აშკარად გამოხატული შემადგენელი – დარგობრივი და ტერიტორიული. ამიტომ ჩვენ აუცილებლად მიგვაჩნია მკაფიოდ გავერკვეთ ტერმინებში და სამრეწველო კლასტერში ვიგულისხმეთ აგროსამრეწველო კომპლექსის და მომსახურების სფეროს მონათესავე ურთიერთდაკავშირებული დარგების ჯგუფი, რომელიც ყველაზე წარმატებით სპეციალიზდება საერთაშორისო შრომის განაწილებაში; ხოლო რეგიონულ (ლოკალურ) კლასტერში იგულისხმება გეოგრაფიულად კონცენტრირებული კომპანიების ჯგუფი გარკვეულ რეგიონში (შტანდორტში) მომიჯნავე დარგებიდან, რომლებიც აწარმოებენ მსგავს ან ურთიერთშემესებ პროდუქციას და ხასიათდება საინფორმაციო გაცვლით კლასტერის ფირმა-წევრებსა და მათ თანამშრომლებს შორის, რის ხარჯზეც იზრდება კლასტერის კონკურენტუნარიანობა მსოფლიო მეურნეობაში.

ამგვარად, ჩვენ ვასხვავებთ კლასტერებს გეოგრაფიული შემადგენლის მიხედვით – გარესივრცით კლასტერებს განეკუთვნება სამრეწველო ეროვნული კლასტერები, ხოლო სივრცით – რეგიონული, ტრანსსახელმწიფო და ლოკალური კლასტერები.

ამერიკელმა მკვლევარმა ს. როზენფელდმა აგრეთვე ხაზგასმით აღნიშნა, რომ რეგიონული კლასტერი – ეს ურთიერთდამოკიდებული ფირმების მხოლოდ გეოგრაფიულად მოხაზული კონცენტრაცია როდია. კლასტერებს, როზენფელდის მიხედვით, „აგრეთვე უნდა ჰქონდეს არხები საწარმოო ტრანზაქციებისთვის, დიალოგისა და კომუნიკაციისთვის მცირე და საშუალო საწარმოებს შორის“. „კავშირის აქტიური არხების გარეშე მონათესავე ფირმების კრიტიკული მასაც კი არაა ლოკალური საწარმოო ან სოციალური სისტემა და ამიტომაც არ ფუნქციონირებს, როგორც კლასტერი“. პ. მასკელმა და მ. ლორენცენმა აგრეთვე ხაზგასმით აღნიშნეს, რომ პარტნიორის მიმართ ნდობის საფუძველზე ფირმებს შორის ურთიერთქმედების ქსელური ორგანიზაცია მთავარი პირობაა კონკურენტუნარიანი რეგიონული კლასტერის ჩამოსაყალიბებლად და მისი თითოეული კომპანიის კონკურენტუნარიანობის ასამაღლებლად.

ევანი ბარათაშვილი, ირა ბარათაშვილი

სამრეწველო და რეგიონული კლასტერების გამოსაყოფად გამოიყენება სხვადასხვა მეთოდები. ეკონომისტებმა ე. ბერგმენმა და ე. ფეზერმა შეიმუშავეს კლასტერების გამოყოფის 6 სხვადასხვა მეთოდები, რომლებიც, რა თქმა უნდა, ცნობილი იყო სამრეწველო და რეგიონული კლასტერების კონცეფციის გაჩენამდე, ესენია: 1. ექსპერტების აზრი; 2. სპეციალური ინდიკატორების გამოყენება, მაგალითად, ლოკალიზაციის კოეფიციენტის; დარგთაშორისი ბალანსის (დშბ) ცხრილების აგება; 3. ვაჭრობის და 4. ინოვაციების გამოსაკვლევა; 5. გრა-

ფათა თეორიის გამოყენება და 6. მიმოხილვების (გამოკითხვების) ჩატარება.

აუცილებელია აღინიშნოს, რომ დარგთაშორისი ბალანსის (დშბ)-ს მეთოდები და ლოკალიზაციის კოეფიციენტი უკეთესია გამოვიყენოთ სამრეწველო კლასტერების გამოსაყოფად, ხოლო დანარჩენი მეთოდები უნდა გამოიყენებოდეს რეგიონული კლასტერების გამოსაყოფად. შესაძლებელია რამდენიმე მეთოდის შეხამებაც, ვინაიდან თითოეულ მათგანს აქვს თავისი ნაკლოვანი მხარე (ცხრილი 1).

ცხრილი 1.

კლასტერების გამოყოფის მეთოდებთან უპირატესობები და ნაკლოვანებები

მეთოდი	მეთოდის უპირატესობა	მეთოდის ნაკლოვანება
ექსპერტების მისწრაფება	საკმაოდ ეფექტური და ნაკლებ ხარჯებით დასაბუთებული ინფორმაცია	არასტატისტიკური ინფორმაცია, ძალიან მრავალი კლასტერების დასაბუთება
სპეციალური ინდიკატორები (ლოკალიზაციის კოეფიციენტი)	მსუბუქი, უდინამიკური, შეუძლია შევსების სხვა მეთოდების	ფორმალური სტატისტიკური და არასტატისტიკური
დინამიკური ბალანსი	ხშირად ინფორმაციის მთავარი წყარო დარგების ურთიერთმედველობა, დანერგვის და მკაფიო ინფორმაცია	არაფორმალური მხარდაჭერა ინტეგრირების, დარგების დანერგვის შედეგის იმის მდგომარეობა
(დშბ-ის) ცხრილები	უზაფრთხილი ექსპერტების ინფორმაცია და დინამიკური ინტეგრირება	პროცესული უზრუნველყოფა, ვერ ყოველ შემთხვევაში
ვარაუდაობა	მოქმედების კლასტერული ინფორმაციის შედარებითი ინფორმაცია და ვადების დინამიკური	ძალიან დინამიკური, რთული და მოუხერხებელი ინტერპრეტაცია

შემსრულებლებია რეგიონები, სადაც სწორედ ასეთი კონკურენტუნარიანი კლასტერები განლაგდება.

საინტერესო საკითხია აგრეთვე კლასტერების განვითარების შესაძლო გზები. მცირე და საშუალო საწარმოების განვითარებაზე დამკვირვებელი ევროპული კომისიის ექსპერტებმა სხვადასხვა ტიპის კლასტერის ანალიზის შემდეგ და ეკონომისტ-გეოგრაფის მ. სტორპერის კვლევების დახმარებით შეიმუშავეს „იდეალური“ რეგიონული კლასტერის განვითარების სქემა, რომელიც თავის თავში მოიცავს 6 სტადიას:

1. ფირმა-პიონერების წარმოქმნა წარმოების ადგილობრივი სპეციფიკური ჩვევების საფუძ-

ველზე, პროცესი „სპინ-ოფი“;

2. მიმწოდებლების სისტემისა და სამუშაო ძალის სპეციალიზებული ბაზრის შექმნა;

3. ახალი ორგანიზაციების შექმნა (ხშირად სამთავრობო) კლასტერში მომუშავე ფირმების მხარდასაჭერად;

4. კლასტერში გარეთ მყოფი ეროვნული, შემდეგ კი უცხოური ფირმების, მაღალკვალიფიციური სამუშაო ძალის მოზიდვა, როგორც სტიმული ახალი კლასტერული ფირმების საორგანიზაციოდ;

5. უხილავი აქტივების (ცოდნის) შექმნა ფირმებს შორის, რომლებიც მოახდენს ინოვაციების, ინფორმაციისა და ცოდნის დიფუზიის

სტიმულირებას;

6. კლასტერის დაცემის შესაძლო პერიოდი თავისი ინოვაციური პოტენციალის ამოწურვისა და გარე ინოვაციების მიმართ დახურულობის გამო.

ამერიკული სკოლის კონკურენტუნარიანობის თეორიის ანალიზის შეჯამებისას შეიძლება ითქვას, რომ კონკურენტული უპირატესობების რომში და კლასტერები – ეს წარმოების კონცენტრაციის თეორიის სისწორის შემდგომი განვითარება და დამტკიცებაა, რომელიც შეიმუშავეს ეკონომისტ-გეოგრაფებმა და ეკონომისტებმა მთელი XX საუკუნის განმავლობაში. ის მხოლოდ ახლა გაისმა ავტორიტეტული ბიზნეს-ეკონომისტების ბაგეთაგან და გახდა მეტად ორიენტირებული პრაქტიკაში გამოსაყენებლად. ამერიკული სკოლა ყველაზე მეტი ხარისხითაა ორიენტირებული ქვეყნებისა და რეგიონების კონკურენტუნარიანი განვითარების პროგრამათა რეალიზაციის პრაქტიკულ ასპექტებზე მსოფლიო მეურნეობაში. გარდა ამისა, ის ორიენტირებულია წარმოების ორგანიზაციის კონკურენტუნარიანი ფორმების გამოვლენაზე, ანუ ეკონომიკური და ეკონომიკურ-გეოგრაფიული ცოდნის სინთეზზე, რაც უდავოდ ფასეულია გეოგრაფიული მეცნიერებისთვისაც.

2.3. კლასტერისა და დამატებული ღირებულების შექმნის ჯაჭვის ურთიერთობა მფლობელის კონცეფციასთან

თუკი განვიხილავთ კლასტერის კონცეფციას და დამატებული ღირებულების ჯაჭვის (დღჯ) კონცეფციას ცალ-ცალკე, მივაღწევთ დასკვნამდე, რომ კლასტერები გამოკვეთს კავშირების მნიშვნელობას ლოკალურ დონეზე, ხოლო დღჯ – გლობალურ დონეზე. როგორც ქვეყნების (განსაკუთრებით – განვითარებადი ქვეყნების), ისე ურთიერთდაკავშირებული ფორმების კლასტერის ამ ორი კონცეფციის შეერთებით კონკურენტუნარიანობის ამაღლების პროცესის ასახსნელად დაკავებულია ქალაქ სასექსის განვითარების უნივერსიტეტის კვლევითი ინსტიტუტის ჯგუფი რ. კაპლინსკის, ჯ. ჰამფრისა და ხ. შმიტდის ხელმძღვანელობით.

ცნება „ეკონომიკური სუბიექტების კონკურენტუნარიანობის გაუმჯობესება“ მსოფ-

ლიო მეურნეობაში ჰამფრისა და ნაშრომებში შეცვლილია ცნებით სრულყოფა. ისინი ასევე განიხილეს სამი სხვადასხვა სახის სრულყოფას:

1. **წარმოების პროცესის სრულყოფა** გულისხმობს კომპანიის მიერ თავისი საწარმოო სისტემის რეორგანიზაციას არსებული რესურსების უფრო ეფექტიანი გამოყენების მიზნით და წარმოების დანახარჯების შესამცირებლად, მათ შორის ახალი ტექნოლოგიების დანერგვის გზით.

2. **წარმოებული პროდუქტის სრულყოფა** – უფრო რთული, დიფერენცირებული და ძვირი საქონლის ახალი ხაზების გამოშვების ათვისება.

3. **ფუნქციური სრულყოფა**, რომელშიც იგულისხმება საწარმოს მიერ ახალი ფუნქციების ათვისება (ახალი პროდუქტების დიზაინის შემუშავება, მარკეტინგი და სავაჭრო ნიშნების წაწევა) ან ძველი ფუნქციების უარყოფა წარმოების ეფექტიანობის ასამაღლებლად.

მეორე საკითხი ეხება გლობალურ დამატებული ღირებულების ჯაჭვში მართვის საშუალების განსაზღვრას. მართვა მნიშვნელოვანია მრავალი მიზეზის გამო. ჯერ ერთი, განვითარებადი ქვეყნებში მოქმედებათა კოორდინაციის დახმარებით მათი მწარმოებლები დაიშვებიან განვითარებული ქვეყნების მყიდველთა ბაზრებში. მეორე, წარმოების პროცესში განისაზღვრება კომპანიები, რომლებსაც შეუძლიათ, შეიძინონ ახალი ტექნოლოგიები თავიანთი წარმოების სრულყოფისთვის. მესამე, მართვის პროცესის გაგება ეხმარებათ, გაიგონ ჯაჭვში შემოსავლების განაწილების პრინციპები. მეოთხე, მთავრობის მიერ სამრეწველო პოლიტიკის გატარება უნდა ემყარებოდეს მკაფიო ინფორმაციას ადგილობრივი მწარმოებლების როლის შესახებ გლობალურ დღჯში. და ბოლოს, მეხუთე, მართვის სხვადასხვა ფორმა განსაზღვრავს სახელმწიფოს დიფერენცირებულ მიდგომას საკუთარი კომპანიების საჭიროებისთვის.

დამატებული ღირებულების ჯაჭვში მართვის პროცესში წყდება ოთხი მთავარი საკითხი:

1. **რა უნდა ვაწარმოო?** აქ უნდა განიხილებოდეს საქონლის მომსახურების პარამეტრთა საკითხები;

2. **როგორ უნდა ვაწარმოო?** ფორმებმა და ლოკალურმა კლასტერებმა, რომლებიც შედიან დამატებული ღირებულების ჯაჭვში, აუცილებ-

ბელია გადაწყვეტონ, როგორი საწარმოო მეთოდები, ხარისხის სტანდარტები, ეკოლოგიური სტანდარტები და ა. შ. სჭირდებათ ახალი საქონლის საწარმოებლად ან მომსახურების გასაწევად;

3. სადაა საჭირო საქონლის წარმოება და მომსახურების გაწევა? წარმოების გონივრული განაწილების საკითხი დიდწილად განსაზღვრავს მთელი საწარმოს წარმატებას;

4. რამდენი საქონლის წარმოება და მომსახურების გაწევაა აუცილებელი? დამატებული ღირებულების ჯაჭვის ყველა მონაწილე აგრეთვე უნდა გაერკვეს, როდის და სად უნდა იქნეს მიწოდებული პროდუქცია, ამასთან როგორ უნდა იყოს ორგანიზებული ლოგისტიკა?

ამგვარად, პირველ ეტაპზე დგას დამატებული ღირებულების ჯაჭვის (დღჯ-ის) ყველა მონაწილეს შორის ურთიერთქმედების გონივრული და კორექტული ორგანიზაციის, ანუ დღჯ-ის მართვის საკითხი. ემპირიული კვლევებიდან გამომდინარე, ჯ. ჰამფრიმ და ხ. შმიტცმა გამოყვეს 4 ძირითადი ტიპის ურთიერთქმედება დამატებული ღირებულების ჯაჭვში, რომლებიც სხვადასხვანაირად მოქმედებენ ცალკეული მწარმოებლების კონკურენტუნარიანობაზე და საჭიროებენ სხვადასხვა მიდგომას ეკონომიკურ სუბიექტებს შორის ურთიერთქმედების ოპტიმიზაციაზე:

1. საბაზრო ურთიერთობა „გაშვებული ხელის მანძილზე“;
2. ქსელური ურთიერთობა;
3. კვაზიიერარქიული ურთიერთობა;
4. იერარქიული ურთიერთობა.

საბაზრო ურთიერთობა „გაშვებული ხელის მანძილზე“ ხასიათდება იმით, რომ დამატებული ღირებულების ჯაჭვში (დღჯ-ში) მყიდველი და მწარმოებელი არ ავითარებენ მჭიდრო კავშირს. ეს ხდება მაშინ, როცა მყიდველის სურვილს შეუძლია დააკმაყოფილოს დიდი რაოდენობის მიმწოდებელი. ასეთი სიტუაცია გვხვდება დარგებში, რომლებიც აწარმოებს სტანდარტიზებულ პროდუქციას მეცნიერებატევადი დანახარჯების დაბალი წილით.

ქსელური ურთიერთობის დროს ფირმები ავითარებენ უფრო მჭიდრო კავშირს, რომელიც დამყარებულია საინფორმაციო ნაკადებზე. ფირმებს შორის ურთიერთობა ხასიათდება ურთიერთსარგებლოდობით, ძალიან ხშირად

ფირმები ავსებენ ერთმანეთს წარმოების პროცესში. ამ შემთხვევაში მყიდველი ადგენს პროდუქციის სტანდარტებს, რომლებიც უნდა დაიცვან მიმწოდებლებმა, რათა დარჩნენ კონკურენტუნარიანი და არ დატოვონ დღჯ.

კვაზიიერარქიული ურთიერთობის დროს ერთი ფირმა (ჩვეულებრივ, მყიდველი) იძენს მნიშვნელოვან კონტროლს მთელ დღჯ-ზე, განსაზღვრავს რა როგორც წარმოებული პროდუქციისა და საწარმოო პროცესების სტანდარტებს, ისე კონტროლის პროცესსაც მოცემული ტიპის საქონლის წარმოებაზე. ასეთ შემთხვევაში ჯაჭვში ყველა ფირმის კონკურენტუნარიანობა დამოკიდებულია მთავარი ფირმის კონკურენტუნარიანობაზე, რომელიც წყვეტს ყველა საკითხს საწარმოო პროცესის გაუმჯობესებაზე.

იერარქიული ურთიერთობა გულისხმობს პირდაპირ კონტროლს დამატებული ღირებულების ჯაჭვში (დღჯ-ში) საწარმოო პროცესებზე ერთ-ერთი მთავარი ფირმა-მყიდველის მხრიდან შუალედური პროდუქტების კომპანია-მწარმოებლების ყიდვის გზით. წუნდებული პროდუქციის მიწოდების შესაძლო რისკი, რომელსაც შეუძლია შეამციროს კომპანიის ბრენდის ღირებულება, დღჯ-ის მმართველის მიერ ნიველირდება მკაცრი მართვით ჯაჭვში.

კლასტერებისა და დამატებული ღირებულების ჯაჭვის კონცეფციები წარმოგვიდგენს თავიანთი კონკურენტუნარიანობის გაუმჯობესების სხვადასხვა მიდგომას. სხვაობა წარმოდგენილ გადაწყვეტილებებს შორის მოცემულია ცხრილში 2. რა სახით იცვლება კლასტერების კონკურენტუნარიანობა მათი ჩართვისას დამატებული ღირებულების ჯაჭვში? ამ კითხვაზე პასუხის გასაცემად აუცილებელი იყო გაგვეანალიზებინა კავშირი მცირე და საშუალო კლასტერულ ფირმებს, ასევე საექსპორტო აგენტებს შორის, რომლებიც არსებობენ კლასტერში, გარდა ამისა, საზღვარგარეთ მეოფ პროდუქციის მყიდველებსა და საცალო ვაჭრობაში სპეციალიზებულ კომპანიებს შორის. ჰამფრიმ და შმიტცმა გამოავლინეს კლასტერების ფუნქციების შეცვლის რამდენიმე სხვადასხვა სცენარი.

ლოკალური კლასტერის ჩართვისას კვაზიიერარქიულ დამატებული ღირებულების ჯაჭვში კლასტერულ ფირმებს აქვთ კარგი

ლექსიკონი II

პირობები წარმოების პროცესის და წარმოებული პროდუქტის სრულყოფისთვის. თუმცა, ამასთან ერთად, პრაქტიკულად საგნებით გამოირიცხება ფუნქციური სრულყოფის შესაძლებლობა. ფუნქციონირება ტრანსფორმაციის შეიძლება თვალი გავადევნოთ ფეხსაცმლის მცირე და საშუალო მწარმოებელი ბრაზილიური კლასტერის მაგალითზე სინოსის ველზე ქ. ნოვამბურგოში, რიუ-გრანდი-დუ-სულის შტატში

(100 კმ ქ. პორტუალეგრედან).

1960-იან წლებში ამ კლასტერში განლაგებული იყო მცირე ფირმები, რომლებიც ორიენტირებული იყო ადგილობრივ ბაზარზე. ყველაფერი შეიცვალა კლასტერში ამერიკული კომპანიების მოსვლით, რომლებმაც პოზიტიური რეაგირება მოახდინეს ადგილობრივ ხელისუფალთა მიერ უცხოური ინვესტიციების მოზიდვის აქტიურ პოლიტიკაზე.

ცხრილი 2

კლასტერებისა და დამატებული ღირებულების ჯაჭვის სრულყოფა ჯ. ჰამფრის და ჰ. შმიტცის მიხედვით

	კლასტერება	დამატებული ღირებულების
მართვა და კადრები	მკაცრი ადგილობრივი მართვა, რთული ხასიათდება ფინანსური კოორდინაციით და კავშირით კერძო და სახელმწიფო ინსტიტუტებთან	ფინანსური და კადრების წარმოება და მდგრადი საშუალო ხანგრძლივითი მართვა პოლიტიკის თანხმობა საკონსტრუქციო მხედლობა არ ხდება
ინფრასტრუქტურა	მკაცრი კავშირით თანხმობა ან დამატებული ღირებულება „კავშირით“ ხელის მართვაში ურთიერთობის კავშირში	მკაცრი მართვა ფაქტის მიხედვით, საერთაშორისო კავშირთა მართვა ფინანსური და კადრების მართვაში მკაცრად, რომელიც დამატებული ღირებულება კავშირით ურთიერთობაზე
სრულყოფა	აქცენტი დამატებით სრულყოფაზე და ინოვაციითა და რეგულაციაზე ფინანსური და ინტერაქტორი ურთიერთობების მკაცრად, რამაც დიდი მნიშვნელობა ენიჭება დოკუმენტაციის ურთიერთობას	ფინანსური და კადრების მართვა ფაქტის ან დოკუმენტაციის მართვაში მართვა ფინანსური და კადრების მართვაში დამატებითი სრულყოფა მართვაში ახალი სტრატეგიის შემუშავების გზით
კონკურენტუნარიანობის მართვა	ნაწილების კონკურენტუნარიანობის განვითარება კლასტერის მიხედვით ურთიერთობებით	დამატება სხვადასხვა დოკუმენტაციის, კავშირის განვითარება მართვაში მართვაში

ბრაზილიური პროდუქციის ახალმა მყიდველებმა მკვეთრად ასწიეს მოთხოვნა საქონელზე და კლასტერულმა კომპანიებმა აქტიურად იწყო განვითარება. 1980-იანი წლების ბოლოს მრავალ ფირმას უკვე ჰყავდა 500 თანამშრომელზე მეტი. პროდუქციის

ხარისხი უმჯობესდებოდა, შრომის მწარმოებელურობა სწრაფად იმატებდა. ამერიკელმა მყიდველებმა პრაქტიკულად საგნებით უარყვეს

საკუთარი წარმოება, დაუშვეს რა ბრაზილიელი პარტნიორები თავიანთ ბაზრებზე, ამასთან ადგილზე ამოწმებდნენ პროდუქციის ხარისხს, ახდენდნენ წარმოების ტექნოლოგიის გადამცემს და აგვარებდნენ სატრანსპორტო პრობლემებს. „სინოსის ველზე“ კი ფირმებმა მოახდინეს კონცენტრირება მხოლოდ საწარმოო ფუნქციებზე. ერთი მხრივ, ასეთი ვიწრო სპეციალიზაცია ხელს უწყობდა მძაფრ რეგიონულ განვითარებას.

ბას და შემოსავლის დონის ზრდას; მეორე მხრივ, 1990-იანი წლების დამდეგს ფესხაცმლის ბაზარზე ჩინელი მწარმოებლების გამოსვლამ კიდევ უფრო იაფი მუშახელით შეარყია კლასტერული კომპანიების პოზიციები ბრაზილიაში, ვინაიდან უცხოელმა მყიდველებმა მოახდინეს თავიანთი შეკვეთების ხელახალი ორიენტირება ჩინეთში. საინტერესოა, რომ კომპანიათა ბრაზილიელმა მენეჯერებმა განტვირთეს მოვლენათა ამგვარი განვითარება და წინასწარ შესთავაზეს წმინდა შრომატევადი სამუშაოს შესრულებიდან დიზაინსა და საერთაშორისო ბაზრობებში მონაწილეობაზე კოორდინირებული გადასვლის პროგრამა, თუმცა ამ გეგმის წინააღმდეგ გამოვიდა რამდენიმე მსხვილი კომპანია, რომლებიც ორიენტირებული იყო მხოლოდ თავიანთი პროდუქციის ექსპორტზე. მათ შეეშინდათ კონკურენცია ამერიკულ ტრანსნაციონალურ კორპორაციებთან (ტნკებთან), რომლებსაც შეეძლოთ მათი მიყვანა გასაღების ბაზრების 80%-ისა და „სინოსის ველის“ კლასტერის მთლიანი პროდუქციის თითქმის 40%-ის დაკარგვამდე. ზარალი მაინც განიცადეს, კლასტერულმა ფირმებმა კი ხელიდან გაუშვეს დრო თავიანთი საქმიანობის რეორგანიზაციისთვის. მაგალითად, დიუსელდორფში 1997 წლის მაისში ფესხაცმლის ბაზრობაზე 1612 მონაწილიდან მხოლოდ 7 იყო ბრაზილიელიდან.

მიუხედავად ამისა, შეიძლება მოვიყვანოთ კვაზიიერარქიულ ქსელში ჩართვის დადებითი მაგალითები. მაგალითად, ფესხაცმლისა და ტანსაცმლის ტაივანელმა მწარმოებლებმა თავდაპირველად შეცვალეს ევროპელი მწარმოებლები დამატებული ღირებულების ჯაჭვის შრომატევად სტადიებზე, ხოლო შემდეგ დროულად შეძლეს გადაწყობა და თავიანთი ფუნქციების გადაცემა ჩინური ფირმებისთვის კიდევ უფრო იაფი მუშახელით.

დამატებული ღირებულების ჯაჭვში (დღჯ-ში) ჩართვა, რომელიც ხასიათდება საბაზრო კონკურენტული ურთიერთობით, ვარაუდობს წარმოების პროცესისა და წარმოებული პროდუქტის უფრო ნელ სრულყოფას, ვინაიდან ამ პროცესის სტიმულირებას „გლობალური მოთამაშეები“ ვერ ახდენენ, თუმცა ის იძლევა მეტ შესაძლებლობას ფუნქციური სრულყოფისთვის. უპირატესად ასეთ ჯაჭვებში ერთვებიან

კლასტერები განვითარებული ქვეყნებიდან, რომელთაც აქვთ ფინანსური საშუალებები თანამიმდევრული ფუნქციური სრულყოფისთვის. კომპანიის კონკურენტუნარიანობა იზრდება დროებითი აღიანსებისა და პარტნიორების წარმოქმნის ხარჯზე კონკრეტული პროექტების შესასრულებლად.

საწარმოთა ქსელურ სტრუქტურებში ჩართვა, ჰამფრის და შმიტცის აზრით, ოპტიმალური გადაწყვეტილებაა, რომელიც საშუალებას იძლევა, თანდათანობით სრულდყოფილი მთელი საწარმოო პროცესი. სამწუხაროდ, ასეთი ვარიანტი ყველაზე სასურველია, თუმცა ნაკლებად შესაძლებელი განვითარებადი ქვეყნების კლასტერებისათვის. საქმე ისაა, რომ განვითარებული ქვეყნების კომპანიები, ჩვეულებრივ, არ უშვებენ თავიანთ ბაზრებზე კონკურენტებს. გარდა ამისა, კლასტერების ინოვაციური შესაძლებლობები ზოგჯერ შეზღუდულია. განვითარებადი ქვეყნებიდან მწარმოებელთა ტიპური სპეციალიზაცია – ესაა უკვე მომწოდებული პროდუქტები, რომლებიც მათი გამოშვებისას არ საჭიროებენ რაიმე ინტელექტუალურ დანახარჯებს. გამონაკლისთა შორის შეიძლება კვლავ დავასახელოთ ელექტრონული კლასტერი ტაივანზე, რომელიც მსოფლიო ლიდერია ნოუთბუქების გამოშვებაში.

განვითარებადი ქვეყნებიდან „გაშვებული ხელის მანძილზე“ ურთიერთობა, პრაქტიკულად, არ მოქმედებს კლასტერების სრულყოფაზე. კლასტერების მუშაობისას იერარქიულ ჯაჭვებში შეიძლება ვილაპარაკოთ გარკვეულ სრულყოფაზე, მაგრამ კომპანიის მმართველები დაინტერესებულნი არ არიან თავიანთი ფირმა-ფილიალების დამოუკიდებელი განვითარებით.

საქონლის დამატებული ღირებულების ჯაჭვის ანალიზის მეთოდი ამტკიცებს შემოსავლების გადანაწილების საერთო ტენდენციას ფირმა-მწარმოებლებიდან ფირმა-გამანაწილებლებამდე, რაზეც მიუთითა გ. ჯერევიმ. ვნახოთ განვითარებული ქვეყნების კომპანიების მდგომარეობა, რომლებიც იმყოფებიან დაკონსერვებული ხილის წარმოების დამატებული ღირებულების ჯაჭვის სხვადასხვა სტადიაზე. ამისათვის თვალი გავადევნოთ პროდუქტის მოძრაობას ავსტრალიაში ხილის მოყვანიდან – სუპერმარკეტებამდე დასავლეთ

ევროპაში, რ. კაპლინსკის გამოკვლევების მიხედვით.

ევროკავშირის მიერ ევროპელი სასოფლო-სამეურნეო მწარმოებლების მხარდაჭერის პროგრამათა შემოღებამდე საბოლოო პროდუქტის დამატებული ღირებულების ძირითადი ნაწილი რჩებოდა ხილის მოყვანისა და დაკონსერვების სტადიაზე ავსტრალიაში, რომელსაც აქვს მაღალპროდუქტიული აგროსამრეწველო კომპლექსი, თუმცა 1980-იანი წლების დამდეგიდან დაიწყო საკუთარი მწარმოებლების მხარდაჭერის მიზანმიმართული პოლიტიკის გატარება იმპორტული შეღავათებისა და დოტაციების გადახდის შემოღებით (ძირითადად საბერძნეთისათვის 1981 წელს, ევროკავშირში შესვლის შემდეგ). იაპონიასთან და მესამე მსოფლიოს ქვეყნებთან ურთიერთმიწოდებების გამოყენების ხარჯზე ევროკავშირმა დაკონსერვებული ხილის გლობალურ ბაზარზე ძლიერ შეავიწროვა ის კომპანიები ავსტრალიიდან, რომლებსაც ჰქონდა წარმოების უფრო დაბალი დანახარჯები და მაღალი ხარისხი. ამერიკული ბაზარი მათთვის აგრეთვე დახურული იყო მაღალი საბაჟო გადასახადებისა და მკაცრი ფიტოსანიტარული სტანდარტების გამო.

შედგად მოხდა შემოსავლების თანდათანობითი გადანაწილება მაღალგანვითარებული ქვეყნების სასარგებლოდ, რომლებიც დაკავებული იყვნენ ხილის მოყვანითა და დაკონსერვებით. გარდა ამისა, შემოსავლები გადანაწილდება ხოლმე იმ კომპანიათა სასარგებლოდაც, რომლებიც იმყოფებიან ღირებულების დაგროვების ჯაჭვის ბოლო სტადიებზე. საქმე ისაა, რომ დაკონსერვებული ხილის ბაზარი აგებულია ჩამოყალიბებულ ბრენდებზე – მყიდველები, წესისამებრ, არ იძენენ პროდუქციას უცნობი ლოგოტიპით. სუპერმარკეტების ევროპული ქსელები დამატებით იხდიდნენ პროდუქტების ღირებულების 54%-მდე რამდენიმე მთავარი საბითუმო მიმწოდებლის ბრენდებისთვის და მხოლოდ 22%-მდე – უფრო წვრი-

ლი მიმწოდებლებისათვის. ავსტრალიის მწარმოებლები შეეცადნენ გამოესყიდათ ზოგიერთი ცნობილი სავაჭრო მარკა, მაგრამ ეს აქცია საეჭვო წარმატებით დასრულდა. მაგალითად, ერთმა მწარმოებელმა მიიღო უფლება ბრენდ „დელ მონტეს“ გამოყენებაზე მხოლოდ მესამე მსოფლიოს ქვეყნებისთვის, სადაც ბრენდები, პირიქით, არ ასრულებდნენ განსაკუთრებულ როლს. გაყიდვათა მოცულობის გაზრდის მიუხედავად, შემოსავალმა ბრენდისგან ვერ შეძლო დაეფარა ხარჯებიც კი, რომელსაც უხდიან ბრენდ-მფლობელს. ამასთან ერთად, ქილების შიგთავსი, რომელიც იყიდებოდა 25%-ით ძვირად პრესტიჟული ბრენდის სახით და სამხრეთაფრიკული ფირმის მოკრძალებული ბრენდი, აბსოლუტურად არაფრით განსხვავდება ერთმანეთისაგან. შემოსავლების განაწილება დაკონსერვებული ხილის დამატებული ღირებულების ჯაჭვში წარმოდგენილია ცხრილში 3. ხარისხის საერთაშორისო სტანდარტებს, თუმცა ეს რეგულირება საკმაოდ მოკრძალებულია.

უეჭველია, მომავალში შენარჩუნდება შემოსავლების უთანაბრო განაწილება დამატებული ღირებულების ჯაჭვებში განვითარებული ქვეყნებიდან კომპანიების სასარგებლოდ. დღეის საბოლოო ეტაპებზე მონაწილეობა ხომ უზრუნველყოფს დიდ მოგებას, ვიდრე მონაწილეობა საწყის ეტაპებზე. მოგების გაზრდასთან ერთად კი იზრდება იმ კომპანიების კონკურენტუნარიანობაც, რომელთაც აქვთ მეტი შესაძლებლობა თავიანთი საქმიანობის ვარიანტებისთვის ბაზრის კონიუნქტურის მიხედვით. აქედან გამომდინარეობს მნიშვნელოვანი დასკვნა: მესამე სექტორის ადგილობრივი საქონელმწარმოებლებისა და კომპანიების კონკურენტუნარიანობის მისაღწევად აუცილებელია კონცენტრირება ახალი პროდუქტების განაწილებაზე, მარკეტინგზე ან მეცნიერებატევად შემუშავებებზე, ისე, რომ შრომატევადი წარმოება დარჩეს უფრო დაბალი ტექნოლოგიური განვითარების მქონე ქვეყნებს.

უპყენი ბარათაუპილი, ირბა ბარათაუპილი

ცხრილი 3

ღამატებული ღირებულები ჯაჭვი ღაკონსერგებული ხილის წარმოებაში

ღამატებული ღირებულების ჯაჭვის რეგულაცია	შეღისაღულების ძირითადი მიმღულები			ხატუაღის აღწერა
	ნარჩული	ანაღი	ღამატაღი	
თუხტუების გამოღუანა ღინუღი ღისაღის ღამუღაღუა	მიწარმოებუბი აღს-ტრადი-იღინ	ღაკონს-ერ-ღუბული ხილის ჟუღი ღამერ-იკული მიწარმოებუბი მღუღუღ-ბი ღა ხაღქსაღრ-ტო აღენ-ტუბი ბრუნ-ღუბი მიღო-ბუღუბი	მიღ-ღუღუბი საღაღო სუბერ-ღარ-ღარ-ღაღუბი — ბრუნ-ღუბი მიღო-ბუღუბი	მიღაღი კონკრეტ-ღი ღა ზოღის მიწარმოებუღის მიწარმოებუღის — ჟაღ-რღბის ჰორღბის ჟაღაღუბა, ღამაღი ხარღვი ღარღში მღხაღუღაღ — ღამაღი რენტა ჟაღღის ჟღუღა რღოღში ღაღ კღუღი რღო-ღუბის შიღნიღ კღნიღი კღნი რენტა იღღიღიღი — არამატერაღღღი აღღღღღღღ (ბრუნ-ღუბი, ღიზიღი, მიწკღღღი) კონკრეტღი ბრუნღკოღანიღბა ღა ხაღაღო სუბერ-მიწკღღღს ზოღის ბამარსუ კონ-ტრადიციის