

## СОЦИОЛОГИЯ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА КЛАСТЕРА

**Тарасенко В.В.**

*Институт философии Российской академии наук, Москва, Россия, e-mail: [odn1@mail.ru](mailto:odn1@mail.ru), [v5093075@gmail.com](mailto:v5093075@gmail.com)*

**В статье обсуждаются социологические проблемы анализа территориальных кластеров. Ставится проблема зависимости целей социологических исследований от жизненного цикла кластера. Формулируются подходы к социологическому изучению различных этапов жизненного цикла кластера.**

Ключевые слова: кластер, социология кластеров, жизненный цикл кластера.

## THE SOCIOLOGY OF CLUSTER LIFE-CYCLE

**Tarasenko V.V.**

*Institute of Philosophy (Russian Academy of Science), Moscow, Russia e-mail: [odn1@mail.ru](mailto:odn1@mail.ru), [v5093075@gmail.com](mailto:v5093075@gmail.com)*

**The paper discusses the sociological analysis of the problem of territorial clusters. Problem is formulated according purposes of sociological research on the life cycle of the cluster. Formulated approaches to the sociological study of different life cycle stages of the cluster.**

Key words: Cluster, Cluster politics, cluster initiative, sociology of clusters.

Исследование и развитие инновационно-промышленных кластеров – бурно развивающееся современное направление науки и практики [4], связываемое обычно с работами известного специалиста по стратегии и конкурентоспособности Майкла Портера [1].

Под кластерами понимаются социально-экономические объединения и стратегические партнерства между бизнес-компаниями, университетами, СМИ, НКО, государственными организациями и прочими институтами, локализованными на определенной территории (обычно в масштабах района или скопления городов и поселений), ориентированные на уникальные проекты, способные генерировать лидирующие и конкурентоспособные товары и услуги [7].

Примерами кластеров являются Кремниевая долина в Калифорнии и Голливуд в США, кластеры по производству одежды, мебели и обуви в Италии, туристические кластеры в Испании и Франции.

В Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года [3] намечен переход России от так называемой сырьевой экономики к инновационному социально ориентированному типу экономического развития. Одним из приоритетных направлений развития в Концепции определено формирование ряда инновационных высокотехнологичных кластеров в европейской и азиатской частях России.

Эти задачи требуют пристального внимания к кластерам не только со стороны экономистов и географов, но и со стороны социологов, специалистов по менеджменту.

В настоящей работе исследуется проблема постановки задачи на социологическое исследование кластера с точки зрения анализа его жизненного цикла.

О. Солвелл [8] вслед за Портером описывает динамику кластера по аналогии с жизненным циклом организации. Предпринимательскую стадию рождения и развития сменяет стадия зрелости, за которой может следовать либо ренессанс и переход на качественно новый уровень, либо спад и «музейная» стадия, в рамках которой фирмы кластера существуют, но не являются лидерами – никаким образом не влияя на конкурентоспособность и инновационность региона или страны.

С этой точки зрения кластер предстает как естественный эволюционирующий социально-экономический объект, в силу определенных исторических причин «выросший» на определенной территории (рис. 1).

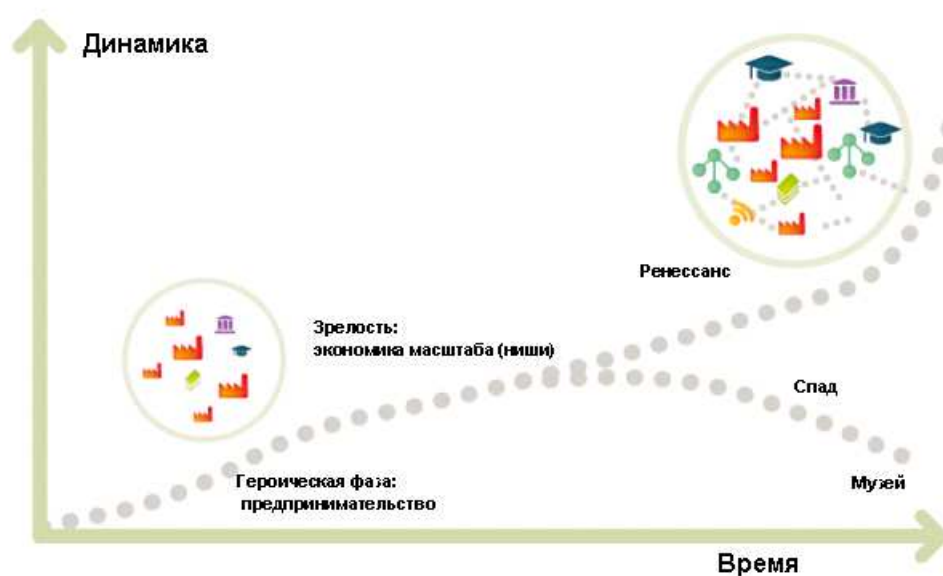


Рис. 1. Жизненный цикл кластера [8]

На наш взгляд [2], с точки зрения особенностей социальной коммуникации и социологического анализа динамики кластера, целесообразно различить как минимум четыре этапа жизненного цикла:

- предпринимательский (или «романтический»),
- миссионерский (или проектный),
- функциональный (или процессный),
- фундаменталистский (или социокультурный).

Рассмотрим их подробнее, уточняя особенности социологических исследований на каждом этапе.

Самый главный ресурс предпринимательской стадии – лидеры, способные формировать вокруг себя сети учеников и последователей, реализующих инновационные замыслы.

Если мы посмотрим на результаты исследования кластеров, проведенных Европейской кластерной обсерваторией, то обнаружим, что главным ресурсом инициации кластера были «безумцы», «мешающие» всем своей сумасбродной идеей.

Например, шведский кластер тестирования зимних шин образовался благодаря инициативе одного-единственного человека – местного предпринимателя Давида Сундстрема [5], сумевшего не только основать компанию, которая специализировалась на проведении испытаний, но и убедившего ряд производителей построить специальные испытательные объекты. В результате трафик пассажирских и грузовых перевозок в регионе увеличился практически в 2 раза, что также привлекло инвестиции в строительство гостиниц, создало условия для увеличения потока туристов.

Если мы посмотрим на историю Московского физико-технического института как на историю инициации и развития кластера научных учреждений, то увидим, что на «предпринимательской» стадии его развития колоссальную роль играл научный авторитет, социальные связи и лидерские способности его отцов-основателей (С.П. Капицы, Л.Д. Ландау). «Отцы-основатели» сумели превратить свой лидерский социальный и человеческий капитал в организационные структуры кластера – привлечь организационные и административные ресурсы под свое имя и свой авторитет.

В этом и состоит цель предпринимательской стадии: привлечь административные, финансовые, организационные ресурсы под социальный и человеческий капитал лидеров-инициаторов.

К социальному и человеческому капиталу можно отнести вес и авторитет в научном сообществе, опыт успешных проектов, наличие высокого доверия, широкого круга отношений и знакомств.

Исходя из этих установок, можно предположить, что основные задачи социологических исследований на этом этапе состоят в изучении лидерского потенциала сообществ и лидерских групп территории или отрасли, в рамках которой реализуются кластерные инициативы.

Героем этого этапа является проектный менеджер. Проектный этап – это этап развития новых организаций, проектов, структур кластера – кластеров второго уровня.

Если обратиться к нашему примеру с МФТИ, то к таким проектам можно отнести создание новых кафедр и направлений, развитие инфраструктурных проектов (научные издательства, система олимпиад школьников, специализированные журналы и пр.).

Проектное развитие – это, как правило, экстенсивное развитие. Его задача состоит не в том, чтобы сгенерировать новые идеи по развитию кластера, а в том, чтобы реализовать и масштабировать уже существующие идеи, выраженные в целевых показателях проектов.

Социологические исследования на этом этапе концентрируются вокруг:

- исследования проектных команд,
- анализа способов социальной коммуникации в проектах,
- анализа социального и человеческого капитала проектных команд и способов обмена знаниями.

После бурного проектного развития обычно наступает насыщение – «функционерский» этап развития кластера. Структуры созданы, основные ниши заняты. Экстенсивная фаза развития переходит в интенсивную. На этой фазе необходимо получить максимум эффективности от сформированных структур и работающих идей.

Этим занимаются не миссионеры, а функционеры. Стратегическая задача функционера состоит в том, чтобы оптимизировать и все функции системы, сделав все бизнес-процессы унифицированными и взаимозаменяемыми.

Ясно, что функционерская стадия возникает уже после того, как проделана и реализована некоторая «критическая масса» проектов, и цели проектов становятся не уникальными, а типовыми и регулярными. В отличие от проектного менеджера, внимание функционера направлено не на будущее, а на опыт и историю.

Социальный и человеческий капитал для функционера – это не источник возможностей, а источник рисков, так как «человеческий фактор» все время мешает функционированию налаженных технологий.

Важными темами для социологических исследований на этом этапе являются:

- взаимодействие между субъектами кластерной политики,
- анализ сложившихся социальных процессов в сообществах,
- анализ ценностей сообществ и их неформальных отношений.

Однако функционерский этап не является окончанием жизненного цикла. После него может наступить ренессанс – новая «эпоха титанов» – разрушителей привычных функций, либо «музейная стадия», когда на смену функционерам приходят фундаменталисты, эксплуатирующие заслуги давно минувших дней и плодящие «феодално-сословные» отношения внутри организаций и сообществ кластера.

Ключевая задача этой стадии – поиск ресурсов развития, инициация ренессанса территории. Для решения этой задачи можно инициировать следующие темы социологических исследований:

- анализ профессиональных социальных сетей,

- анализ взаимоотношений лидерских групп,
- анализ профессиональных субкультур кластера.

В заключение хочется заметить, что проблема социологической интерпретации кластера и его динамики остается открытой.

С одной стороны, кластер можно рассматривать как социальную среду, в которой социальные агенты осуществляют, с одной стороны, кооперацию в рамках совместных проектов и организаций, а с другой – конкуренцию, позволяющую отобрать и развить наиболее ценные идеи и знания. С другой стороны, кластер – это генератор новых навыков и компетенций, личностных установок, которые могут привести к появлению новых неожиданных идей, креативного дизайна, продуктов, услуг или бизнес-концепций [6].

Исследование этих интерпретаций в контексте изучения жизненного цикла кластера нуждается в дальнейшем развитии.

### **Список литературы**

1. Портер Майкл Э. Конкуренция / пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. – 258 с.
2. Тарасенко В.В. Книга бизнес-перемен. 64 стратагемы. – М.: Гнозис, 2006.
3. Распоряжение Правительства РФ от 17 ноября 2008 года № 1662-р.
4. Clusters and Regional Development: Critical Reflections and Explorations by Bjorn Asheim, Philip Cooke, and Ron Martin Routledge, 2010.
5. Dinnetz M. Country Report: Sweden, Europe INNOVA Cluster Mapping Project. – Oxford Research, Oslo: December 2007.
6. Florida R. L. The rise of the creative class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life. – New York: Basic Books, 2002.
7. Furre H. Cluster Policy in Europe: A Brief Summary of Cluster Policies in 31 European Countries. Unpublished Paper. – Norway: Oxford Research AS, 2008.
8. Sölvell Ö. Clusters – Balancing Evolutionary and Constructive Forces. – Ivory Tower Pub. – Stockholm, 2009.

### **Рецензенты:**

Александров Д.Н., д.и.н., профессор кафедры философии Московского государственного университета путей сообщения (МИИТ), г. Москва.

Колесникова И.В., д.филос.н., профессор, зав. кафедрой Бизнеса и управленческой стратегии Института бизнеса и делового администрирования Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Москва.

**Работа получена 25.08.2011**