

Каннер Даниил Дмитриевич
Аспирант 3 года обучения факультета управления
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университета»
Ростов-на-Дону, Россия
kannerdan@yandex.ru

**«Открытый бизнес» как эффективная модель творческого
кластера**

Статья посвящена особенностям функционирования творческих кластеров. В статье приводится анализ бизнес-модели «Открытый бизнес» и возможности ее внедрения в систему творческих кластеров.

Ключевые слова: творческий кластер, бизнес-модель, кластерообразование, компании-партнеры, сотрудничество

Kanner Daniil
Postgraduate student of 3 years of study at the Faculty of Management
Southern Federal University
Rostov-on-Don, Russia
kannerdan@yandex.ru

"Open Business" as an Effective Model of a Creative Cluster

The article is devoted to the peculiarities of the functioning of creative clusters. The article analyzes the "Open Business" business model and the possibility of its implementation in the system of creative clusters.

Keywords: creative cluster, business model, cluster formation, partner companies, cooperation

Современные экономические проблемы и ситуация в мире бросает вызов экономикам всех стран, вынуждая их искать новые формы и инструменты, чтобы оставаться на ходу и быть конкурентоспособными. В частности, это проблема касается и экономик отдельно взятых регионов страны, которые также должны следовать тенденциям и требованиям мировой экономики, дабы не только сохранить свое существование в условиях

непростой социально-экономической ситуации (речь идет о пандемии), но и выйти на новый уровень.

В условиях, которые диктует нам мировая ситуация, все чаще стали звучать слова об объединении, партнерстве, совместных усилиях для улучшения экономических показателей. Выражение «каждый сам за себя» стало отходить на 2 план, поскольку ни для кого ни секрет, что эффект синергии, взаимодействия нескольких организаций одной экономической отрасли, может не только помочь предприятиям в сложившейся непростой социально-экономической ситуации, но и достичь нужных целей компании. Иными словами, все чаще в регионах формироваться такое явление, как кластеризация.

В контексте данной научной статьи рассматривается такое понятие в экономике, как творческий кластер. Если говорить о значении данного термина, то среди ученых и специалистов, изучавших данное явление, приводилось множество различных формулировок, но наиболее емко термин был сформирован Саймоном Эвансом, куратором программы ЮНЕСКО Creative Cities. Под «креативным кластером» он подразумевал сообщество творчески ориентированных предпринимателей на определенной территории.

[1]

Творческие кластеры – это достаточно перспективное направление в современной региональной экономике, поскольку они – кластеры – являются источником притяжения сильных человеческих и интеллектуальных ресурсов, которые в нынешней экономической ситуации являются незаменимыми. К такому же выводу приходят и ученые, изучающие явление творческой кластеризации. Например, мы можем наблюдать доказательства вышесказанного в работе Р. Флорида «Креативный класс: люди, которые меняют будущее». В ней автор приводит аргументы того, что зачастую всего компании, технологии, разрабатываемые ею и капитал передислоцируются в

настоящее время туда, где сосредоточено большое количество талантливых креативщиков. При этом, он подчеркивает, что одной из первоочередных задач властей и бизнеса становится создание наилучших условий для привлечения креативных человеческих ресурсов на свои территории[2].

Одним из способов, который может позволить творческим кластерам стать более конкурентоспособным и улучшить свои экономические показатели, является модернизация, трансформация бизнес-модели творческого кластера. Ведь зачастую, творческие кластеры – это пространство, которое представляет собой некое бывшее промышленное помещение (завод, фабрика) с множеством комнат, отделов, которые условно говоря сдаются под аренду различным компаниям. Каждая организация работает сама на себя, со своими собственными бизнес-моделью, целями, задачами и экономическими показателями. Стоит сказать, что это является некой проблемой современных творческих кластеров, теряется суть данного понятия и его изначальная философия, кластер превращается в типичный офисный центр под сдачу в аренду. Нельзя сказать, что такое явление происходит повсеместно, но оно имеет место быть. При этом, используя грамотный подход, организации в объединении друг с другом могут достичь синергетического эффекта и увеличить свои экономические показатели. Речь идет о применении бизнес-модели «открытого бизнеса».

Происхождением данная модель обязана, в первую очередь, американскому профессору Генри Чесбро, который ввел такое понятие, как «открытые инновации». Речь о том, что компания отходит от традиционно принятой закрытой области инновационной деятельности и вместо того, чтобы работать над инновациями «в закрытую», предлагает объединить свои усилия с другими компаниями в совместной разработке инноваций и генерировании идей. Ярким примером компании, которая подчёркнула принципы Чесбро и достигла при этом невероятных успехов, стала компания

Procter & Gamble. В 2000 году компания запустила программу «Присоединяйся и развивайся». Преследуя цель расширения собственных инновационных возможностей, компания начала искать партнеров с новыми, интересными идеями, которые при объединении усилий можно было бы вывести на рынок. Таким образом, на рынке стали появляться новые, инновационные продукты, которые так могли и остаться на уровне идеи. Как один из примеров – сотрудничество с компанией BASF привело к появлению губок Mr.Clean Magic Eraser, благодаря определенному виду ресурса, которым обладала компания BASF и работе «скаута» Procter & Gamble. Подобных случаев у компании-гиганта великое множество. Более того, свыше 50 % новой продукции компании создаются при помощи совместной авторской работы с другими фирмами. Более того, рамки были разрушены не только в аспекте обмена технологиями, креативом и производственными мощностями. Компания пошла дальше и начала совместно использовать сети дистрибуции, создавать коллаборации с брендами, и, тем самым, перешла от понятия «открытой инновации» к сформировавшейся модели «Открытый бизнес». Наглядно ее можно представить на рисунке ниже:

Применение подобной модели подобной модели может очень положительно сказаться на работоспособности и экономических показателях творческих кластеров. Причиной тому может послужить идентичная философия данной модели и философия понятия творческого кластера в целом, т.е. речь идет о взаимовыгодном партнерстве. Подобного рода сотрудничество не направлено на какую-то одну конкретную фирму, оно приносит выгоду всем участникам экономических отношений.

Модель предполагает систематическое выявление определенных аспектов создания стоимости, где каждая из сторон-участниц может поспособствовать в виде поставки ресурсов либо же при нахождении нового применения уже существующим ресурсам. Более того, компании-участницы

могут при этом обладать абсолютно разными собственными бизнес-моделями и при этом занимать рентабельные ниши в рамках бизнес-моделей своих партнеров, тем самым получая возможность самостоятельно (находясь при этом в рамках звена бизнес-модели партнера) заниматься доходным бизнесом. При этом, зачастую, вся экосистема данной модели формируется вокруг продуктов центральной фирмы, как основоположника и ключевого звена. В случаях с творческими кластерами такая особенность тоже имеет место быть, поскольку нередким явлением в кластерообразовании является тот факт, что идейным вдохновителем и создателем кластера становится одна конкретная фирма, которая и доносит свою идею до компаний, работающих в идентичной или смежных экономических отраслях.



Рисунок 1 – Модель «Открытый бизнес» в Procter & Gamble

Стоит отметить, что при внедрении данной модели важно учесть два фактора[3]:

- Первоначальная бизнес-модель любой из компаний-участниц (и особенно ее цепочка создания стоимости) должна быть четко проработана и бесперебойно функционировать сама по себе и при этом гармонизировать с аналогичными моделями компаний-партнеров

- При наличии центральной компании в кластере (в большинстве случаев, она присутствует), крайне важно, чтобы добавленная стоимость приносила пользу и прибыль первоначальному бизнесу. Иными словами, конфликт целей и задач, который возникает между прибыльностью центральной компании и целями и задачами компаний-партнеров, должен приводить обоюдному, выгодному решению.

Таким образом, по мнению автора, внедрение модели «Открытый бизнес» в систему творческих кластеров позволит им оставаться конкурентоспособными на рынке, реализовывать свои идеи и инновации, а также улучшать экономические показатели не только кластера в целом, но и отдельно взятых компаний внутри него.

Список источников и литературы:

1. Гасман О., Франкенберг К., Шик М. Бизнес-модели. 55 лучших шаблонов. Пер. с англ. // -Москва – Издательство «Альпина паблишер» - 2021 г. - С. 282-284
2. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. Пер. с англ. // Москва - Издательский дом «Классика-XXI» - 2005 г. - С. 430
3. Современные исследования и практика управления в социально-культурном сервисе и туризме: монография. Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону: Издательство «Медиа-Полис», 2015. – 232 с.
4. Evans G. Creative cities, creative spaces and urban policy. // - London – 2009 - P. 7–15

5. Н.В. Недосвитий «Творческие индустрии как инструмент наращивания конкурентного потенциала территории» // Азимут научных исследований: экономика и управление. - 2014. № 1 – С. 87-89

6. Амосова Е.В. Творческие кластеры как способ сохранения и речеделопмента объектов индустриального наследия // Общество. Среда. Развитие. – 2019, № 3. – С. 98–102.

7. Официальный сайт компании Procter and Gamble Россия URL: <https://www.procterandgamble.ru/> (дата обращения: 25.05.2021г.)

Выходные данные статьи:

Каннер Д. Д. «Открытый бизнес» как эффективная модель творческого кластера. // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №2. 2021. URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/517>