

МЕЖФИРМЕННАЯ КООПЕРАЦИЯ: АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ КЛАСТЕРОВ В РОССИИ

С. В. ГОЛОВАНОВА

*Государственный университет – Высшая школа экономики,
Нижегородский филиал*

С. Б. АВДАШЕВА

Государственный университет – Высшая школа экономики

С. М. КАДОЧНИКОВ

Уральский государственный университет

Статья посвящена исследованию межфирменной кооперации как фактора развития кластеров. На основе результатов интервью представителей российского бизнеса, образования и власти проведен анализ масштабов развития двух групп кластеров в трех регионах России и наиболее распространенных форм сотрудничества между их участниками. Результаты исследования свидетельствуют о том, что по сравнению с европейской практикой формы сотрудничества российских предприятий с другими экономическими агентами менее разнообразны. Признаки формирования кластера, основанного на сотрудничестве, найдены в деятельности компаний в сфере ИТ, но не машиностроения, которое выступает объектом целого ряда региональных программ развития кластеров.

Ключевые слова: кластер, кооперация, отношенческая рента.

В настоящее время в России популярна идея развития кластеров, что находит свое отражение и в Концепции долгосрочного социально-экономического развития, и в стратегиях развития отдельных регионов. По определению М. Портера [Porter, 1998], кластер представляет собой территориально обособленную группу взаимодействующих (чаще всего мелких и средних) предприя-

тий и связанных с ними организаций (образовательных учреждений, органов государственного управления). Взаимодействие в кластере позволяет компаниям повысить конкурентоспособность за счет синергетического эффекта. При этом положительные эффекты между предприятиями могут возникать как объективное следствие пространственной концентрации производства

либо быть результатом активного взаимовыгодного сотрудничества между участниками экономической деятельности. По сути, речь идет о двух альтернативных подходах к определению кластеров.

По данным Министерства экономического развития России, в настоящее время на уровне субъектов РФ проводятся мероприятия по стимулированию развития около 250 различных кластеров.¹ Как показывают теоретические и эмпирические зарубежные исследования, политика смещения приоритетов от поддержки отдельных предприятий к поддержке эффективных взаимосвязей между участниками инновационной системы оправдана: развитие кластеров часто сопутствует повышению конкурентоспособности. Однако планирование государственной политики по стимулированию кластеров и ее оценка во многом зависят от того, идет ли речь о кластерах как группе предприятий, между которыми существует взаимная зависимость на уровне поставок товаров или ресурсов (кластерах первого типа), или же группах предприятий, сознательно планирующих и реализующих совместные проекты (кластерах второго типа).

В данной статье мы ставим своей целью выявить и оценить свидетельства существования кластеров предприятий в российской экономике, оценить роль межфирменного сотрудничества и отношенческой ренты в их формировании. Ключевой вопрос при этом таков: свидетельства существования каких именно кластеров мы можем обнаружить в России: объединенных взаимной зависимостью или совместными проектами? Основными задачами исследования являются:

1) краткое обобщение подходов к исследованию кластеров в традициях разных

направлений экономической теории (раздел 1);

2) обобщение результатов исследования развития межфирменной кооперации в России (раздел 2);

3) выявление признаков существования положительных внешних эффектов между предприятиями технологически связанных отраслей (раздел 3);

4) оценка масштабов развития отдельных кластеров в России и выявление наиболее развитых форм сотрудничества между их участниками; сопоставление результатов с зарубежными исследованиями (раздел 4);

5) проверка гипотез о факторах, способствующих и препятствующих межфирменной кооперации, а также о влиянии кооперации на инновационную активность предприятий, которая рассматривается как косвенное свидетельство возникновения отношенческой ренты (раздел 5).

1. Конкуренция или кооперация: почему возникают кластеры?

Вопрос о соотношении между конкуренцией и кооперацией является одним из ключевых в теории стратегического управления [Катькало, 2006], что находит отражение в многообразии теоретических подходов, объясняющих преимущества и недостатки различных стратегий фирм в их взаимодействии с внешней средой.

Естественным стремлением любой фирмы выступает получение лучших экономических результатов по сравнению с соперниками. В соответствии с *ресурсной концепцией* этому способствует обладание специфическими активами [Barney, 1991; Теесе, 1980], на борьбу за которые и на сохранение которых и должны быть направлены усилия. Развитие этой идеи в стратегическом менеджменте с течением времени привело к смещению акцентов с конкуренции за располагаемые ресурсы

¹ База данных региональных кластерных инициатив размещена на сайте Минэкономразвития РФ <http://www.economy.gov.ru>, см. раздел «Деятельность», подраздел «Инновации» (по состоянию на 30.03.2010).

на стратегию опережения конкурентов в формировании будущих конкурентных преимуществ. Межфирменный обмен ресурсами, информацией, управленческими технологиями между конкурентами в этом контексте недопустим, поскольку приводит к прямо противоположному результату. В соответствии с *теорией конкурентных стратегий* источником экономических выгод является позиционирование во внешней среде [Портер, 2005а; 2005б]: повышение рыночной доли, способность противодействовать входу новичков в отрасль, диверсификация продукции, лидерство по издержкам и пр. Все это также предполагает скорее противопоставление фирмы конкурентному окружению, нежели кооперацию и партнерство. Но почему, в таком случае, возникают группы предприятий, объединенных особыми отношениями сотрудничества?

Причины возникновения межфирменной кооперации исследуются в многочисленных работах, относящихся к различным дисциплинарным и междисциплинарным подходам.² Выгоды формирования альянсов и сетей компаний анализируются с позиций экономических, социальных и других наук. Сложность объекта исследования определяет многообразие подходов к его объяснению. В *экономике транзакционных издержек* [Williamson, 1975] обосновывается существование критического размера компании, после которого рост внутренних издержек управления приводит к неэффективности иерархической структуры, необходимости перехода на рыночный или гибридный механизм управления транзакциями. Издержки внутрифирменной координации делают компанию «слишком крупной» и создают преимущества использования положительного эффекта масштаба в форме взаимодействия независимых предприятий. Такое взаимо-

действие является альтернативным по отношению не только к конкуренции, но и к иерархической модели координации [Уильямсон, 1996]. С этих позиций формирование альянсов и сетей фирм может быть объяснено стремлением фирм к минимизации транзакционных издержек. Анализ кластеров в контексте современной новой институциональной экономики предпринят А. Е. Шаститко [Шаститко, 2009]. Автор рассматривает кластеры как особую форму гибридных институциональных соглашений, существующих в формате сети двусторонних и многосторонних контрактов между компаниями, которые в силу пространственного расположения и отраслевой принадлежности с большей вероятностью вступают в повторяющиеся экономические обмены, чем компании из несвязанных отраслей на значительном пространственном (в экономическом смысле) удалении друг от друга.

В рамках *теории отраслевой организации* эффективность квазиинтеграции [Blois, 1972], т. е. устойчивой системы эксклюзивных отношений между фирмами, устраняющей необходимость организационного мониторинга, объясняется с позиций оптимизации издержек производства, экономии от масштаба, разнообразия, специализации и опыта [Теесе, 1980; Eccles, 1981]. Согласно *концепции ресурсной зависимости* [Pfeffer, Salancik, 1978], большинство из действий компании определяется внешними для нее силами, контролирующими ключевые потоки ресурсов, а принимаемые ею стратегические решения нацелены на приспособление к внешним условиям. В таком контексте решения о формировании альянсов могут рассматриваться как попытки воздействия на внешнюю среду с тем, чтобы сделать ее более благоприятной. В рамках *отношенческого подхода* в теории стратегического менеджмента стимулом для кооперации является возникновение *отношенческой ренты*, которая не может быть получена

² Подробный сравнительный анализ различных подходов представлен в [Катькало, 2006].

изолированными компаниями [Dyer, Singh, 1998]³. Отношенческая рента возникает благодаря применению специфичных для конкретных партнеров активов, процедур совместного использования знаний, комплементарных ресурсов и способностей, а также эффективного управления межфирменными взаимодействиями.

Межфирменная кооперация, выходящая за пределы добросовестного, но относительно формального соблюдения условий заключенных договоров, создает не только выигрыши, но и риски для участвующих в ней предприятий. В терминах новой институциональной экономики сотрудничество и связанные с ним специфические инвестиции создают квазиренду. В свою очередь, это дает участникам взаимодействия возможность ее присвоения [Benton, Maloni, 2005; Corsten, Kumar, 2005; Dyer, Singh, Kale, 2008]. Все это, с одной стороны, снижает для компаний привлекательность стратегии формирования альянсов, а с другой — повышает ценность устойчивых связей между проверенными контрагентами. Именно преимущества устойчивых связей между участниками, сохраняющими самостоятельность, находятся в центре *теории сетей*. С помощью сетевого подхода изучают различные вертикальные и горизонтальные структурные конфигурации, формирующиеся из сетей фирм на рынках [Радаев, 2008]. Одно из направлений исследований в этой области — анализ развития кластеров малых фирм [Perrow, 1993]. Взаимозависимость соседствующих фирм, их вовлеченность в процесс информационного и ресурсного обмена, жесткая конкуренция, заставляющая перенимать наилучшую практику в производстве и

управлении, общность используемой инфраструктуры — вот факторы роста фирм в кластере и повышения их конкурентоспособности [Powell, Brantley, 1992].

Наряду с разными подходами к объяснению преимуществ кластеров в литературе существуют и различные определения этой формы организации. Исторически кластеры характеризовались в первую очередь как группы отраслей, связанных потоками товаров или услуг [Czamaski, Abilas, 1979]. После выхода в свет работ Портера и с популяризацией идеи кластера как источника конкурентоспособности все большая роль стала отводиться сознательному сотрудничеству между предприятиями как продавцами и покупателями [Anderson, Narus, 1990; Dwyer, Schurr, Oh, 1987; Kalwani, Narayandas, 1995; Mohr, Spekman, 1994].

2. Межфирменная кооперация в России: накопленные свидетельства

Для мирового бизнеса все более распространенной становится конкуренция через кооперацию, когда конкурентами являются не отдельные фирмы, а их альянсы и сети (см.: [Катькало, 2006, с. 403]). Масштабы кооперации между российскими компаниями выступают интересным объектом исследования. Можно было бы предполагать, что сотрудничество между российскими предприятиями играет значительную роль, поскольку важной особенностью советской экономики служили весьма развитые персональные связи между директорами предприятий, а также между директорами и представителями органов планирования, оказывавшие заметное влияние на организацию производства [Долгопятова, Ивасаки, Яковлев, 2009].

В 1990-е гг. в качестве одной из форм подобной кооперации рассматривались бизнес-группы. Однако уже некоторое время назад стало ясно, что бизнес-группы

³ В одном из предыдущих номеров «Российского журнала менеджмента» вопрос о роли взаимодействия между компаниями в формировании межорганизационных конкурентных преимуществ с позиций отношенческого подхода уже подробно обсуждался, см.: [Дайер, Сингх, 2009; Дайер, Сингх, Кейл, 2009, Третьяк, 2009].

как формы объединения предприятий представляют собой разновидность не стратегических альянсов, а новых компаний, возникших в результате реструктуризации советских активов [Паппэ, Галухина, 2009]. Соответственно, превосходство результатов деятельности бизнес-групп над независимыми компаниями [Долгопятова, Ивасаки, Яковлев, 2007] связано не с преимуществами кооперации и сотрудничества, а в первую очередь с преимуществами новых собственников и контролируемых ими активов. В результате анализа цепочек создания стоимости в российской промышленности [Авдашева и др., 2005] был обнаружен вариант их конкурентоспособной организации, не основанный непосредственно на владении активами (т. е. не использующий иерархический механизм управления транзакциями) — так называемая модульная организация. В рамках модульной организации, проанализированной на примере взаимоотношений компании ИКЕА с ее поставщиками, независимые предприятия формируют объединение, которое может быть названо кластером. Вместе с тем в основе такого кластера лежит не сотрудничество и кооперация равноправных партнеров, а управление ассортиментом, стандартом качества и ценой поставок со стороны ключевого участника цепочки. Зафиксировано развитие подобных кластеров — и на сходных основаниях — в цепочках создания стоимости, которые управляются ритейлерами [Радаев, 2009; Олейник, 2009].

Нельзя сказать, что в исследованиях российских предприятий не были обнаружены свидетельства кооперации между продавцами и ее положительного влияния на их результативность. Примером может служить исследование [Кротов, Куц, Смирнова, 2008], в котором выявлено, что компании, реализующие маркетинговые стратегии взаимоотношений, более устойчивы к колебаниям внешней среды, способны

успешнее выводить новые продукты на рынок, а также более качественно удовлетворяют потребности клиентов. Причем компании, ориентированные на кооперацию в цепях поставок, способны извлекать более значительные выгоды, нежели остальные компании, из инвестиций во взаимоотношения. Вместе с тем, данные этого исследования не давали возможности четко разграничить цепи поставок, основанные на равноправной кооперации, и цепи поставок, управляемые ключевыми участниками, что давало бы основания для однозначных выводов о положительной роли кооперации равноправных партнеров.

В свою очередь, результаты выборочных обследований российских предприятий не дают оснований для вывода о том, что сознательное сотрудничество с поставщиками и покупателями широко распространено. По данным опроса 957 предприятий обрабатывающей промышленности, проведенного Институтом анализа предприятий и рынков ГУ–ВШЭ в 2009 г. [Исследование..., 2009], сотрудничество предприятий с партнерами, которых они сами относят к стратегическим, в большей степени сконцентрировано на вопросах продвижения произведенной продукции, нежели на разработке или производстве продуктов. Почти половина опрошенных предприятий (48%) в последние годы приобрели новых стратегических партнеров в России или за рубежом. При этом почти для 2/3 из них (63%) предметом сотрудничества является продвижение продукции; совместную разработку и совместное производство со стратегическими партнерами осуществляют по 35% респондентов соответственно. Сотрудничество с новыми партнерами развивается по направлениям, которые представляют собой относительно простые формы взаимодействия, в рамках которых не создается существенная отношенческая рента (и при этом не возникает высокого риска ее присвоения).

Интересно сопоставить данные по России с результатами исследования развития кластеров, проведенного по инициативе Еврокомиссии в 2006 г. в 25 странах — членах ЕС, нескольких странах — кандидатах на вступление, а также в Норвегии, Швейцарии и Исландии. В рамках исследования были опрошены топ-менеджеры более чем 3,5 тыс. компаний [Innobarometer..., 2006]. Каждая четвертая компания (с числом занятых не менее 20 человек) в ЕС работает в среде, характеризующейся тесной кооперацией с другими местными компаниями и сильными связями с локальной бизнес-инфраструктурой. Большинство топ-менеджеров компаний (57%) отмечают обмен опытом внутри кластера; 55% опрошенных говорят об обмене информацией, касающейся технологий; 43% опрошенных заявляют, что их кластеры обеспечивают доступ к исследовательской инфраструктуре (исследовательским лабораториям и пр.). Таким образом, можно отметить, что в европейских странах межфирменная кооперация не только более развита по сравнению с Россией, но и сознательно ориентирована на информационный обмен и совместную инновационную деятельность, т. е. создание относительной ренты.

Какие же факторы дестимулируют сотрудничество компаний в России? Результаты уже отмеченного выше исследования Института анализа предприятий и рынков ГУ–ВШЭ свидетельствуют о том, что российские предприятия опасаются оппортунизма со стороны бизнес-окружения: 24% предприятий указали, что проблема недобросовестной конкуренции для них серьезна или очень серьезна. Этому способствует несовершенство судебной системы: 26% предприятий считают, что не смогут добиться защиты своих прав в суде с другими предприятиями и организациями. Таким образом, основным фактором, сдерживающим развитие межфирменной кооперации, является неэффективность сис-

темы защиты договорных отношений, что повышает риски участия в совместных проектах, связанные с оппортунистическим поведением партнеров и проблемой перераспределения квазиренды.

3. Особенности экономической географии постсоветской России: существуют ли тенденции формирования кластеров?

Как указано выше, свидетельства формирования кластеров могут быть обнаружены и без сознательной кооперации между продавцами. Возникающие между предприятиями одной отрасли или последовательных стадий технологической цепочки внешние эффекты создают стимулы к выпуску отдельных видов продукции на данной территории. Вот почему в исследовании кластеров значительное место занимает анализ пространственной концентрации производства, а также воздействия указанных внешних эффектов на конкурентоспособность производителей.

Пространственная концентрация производства может возникнуть как результат независимого или согласованного решения фирм, если она способствует улучшению условий доступа к определенному ресурсу, например, если производство последнего характеризуется внутренней отдачей от масштаба [Duranton, Puga, 2003; Abdel-Rahman, 1994; 1996]. Если эффективность обмена знанием между фирмами влияет на производительность их деятельности, а издержки осуществления информационного обмена зависят от расстояния между фирмами, то наличие технологических внешних эффектов обуславливает стремление фирм располагаться ближе друг к другу и может привести к формированию на некоторой территории отраслевого производственного центра [Berliant, Peng, Wang, 2002; Helsley, 1990; Lucas, 2001]. Размещение производства может быть ориентировано на сближение в пространстве

по принципу связанных этапов цепочки создания добавленной стоимости [Venables, 1996] или по принципу приближения к основному рынку сбыта продукции [Krugman, 1991], при этом основное внимание при принятии управленческого решения о размещении производства уделяется оптимизации структуры издержек транспортировки промежуточной и конечной продукции. Пространственная концентрация производства означает не только увеличение числа производителей (и потребителей) на некоторой территории, но и объединение рынков факторов производства, что увеличивает ожидаемую прибыль фирм и ожидаемый уровень оплаты труда для работников [Krugman, 1991], повышает качество управления и вероятность совпадения интересов работодателей и работников [Helsley, Strange, 1990; 1991]. Относительно более высокая эффективность регионального рынка труда, в свою очередь, может стать решающим фактором при принятии решения о размещении производства.

В литературе, посвященной проблемам экономики развития, приводится много примеров успеха кластеров, где наблюдались эти эффекты (хороший обзор работ по теме представлен в [Humphrey, 2002], эмпирическое выявление отдельных эффектов получено, например, в работах [Holmes, 1999; Simon, 1988; Audretsch, Feldman, 1996; Davis, Weinstein, 1999; Smith, Florida, 1994]). При этом авторами отмечается, что с формированием кластера происходит улучшение доступа к ресурсам, прежде всего финансовым, повышение эффективности использования труда, накопление знаний и распространение инноваций между его участниками. Формирование кластеров рассматривается многими исследователями как фактор роста международной конкурентоспособности производителей, а порой и как единственный способ сохранения малых фирм в условиях глобализации и возрастающей

международной конкуренции [Porter, 1998; Halder, 2002]. В рамках своих исследований М. Портер проанализировал конкурентные возможности более 100 отраслей в десяти странах и показал, что наиболее конкурентоспособные транснациональные компании обычно не разбросаны бессистемно по разным странам, а имеют тенденцию концентрироваться в одной стране, а порой даже в одном регионе страны [Портер, 2005а; 2005б; Porter, 1998]. По его мнению, это объясняется тем, что одна или несколько фирм, достигая конкурентоспособности на мировом рынке, распространяет свое положительное влияние на ближайшее окружение: поставщиков, потребителей и конкурентов. Успехи окружения же, в свою очередь, оказывают влияние на дальнейший рост конкурентоспособности данной компании.

Идея существования объективных внешних эффектов между близко расположенными предприятиями технологически связанных отраслей лежит в основе методики картирования кластеров (cluster-mapping), которая была реализована при исследовании локализации промышленных предприятий в зарубежных странах [Innovometer..., 2006]. Результаты исследования свидетельствуют о достаточно высокой корреляции размещения смежных производств, на основании чего авторы выделяют кластерные группы отраслей, развитие которых, по их мнению, следует рассматривать в комплексе.

Попытка выявить свидетельства существования объективных внешних эффектов, связанных с размещением технологически связанных производств, предпринята в исследовании тенденций развития пространственной структуры отраслей деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности России [Авдашева, Голованова, 2009, гл. 8]. В процессе анализа показано, что развитие технологически связанных отраслей наиболее активно

происходит в условиях их географической близости. Аналогичные результаты получены также в рамках исследования, проведенного в разрезе всех отраслей ОКОНХ и всех регионов России на основе данных за 1998–2004 гг. [Авдашева, Голованова, 2009, гл. 9]. Наличие развитых технологически связанных производств способствует более активному росту отраслей в данном регионе.

Существует большое число эмпирических исследований, свидетельствующих о влиянии промышленного района и даже размещения внутри этого района на темп роста и результативность деятельности фирм (см., напр.: [Chung, Kalnins, 2001; Shaver, Flyer, 2000; Sørensen, Audia, 2000; Jaffee, 2003]). Для России интересные результаты получены в исследовании [Bruno, Vytkhova, Estrin, 2008], посвященном анализу факторов входа новых фирм на региональные рынки России в 2000–2002 гг. В рамках анализа показано, что региональные характеристики оказывали влияние на интенсивность входа новых фирм. В частности, выявлено негативное влияние высокого уровня урбанизации, низких доходов населения и неблагоприятного инвестиционного климата на появление новых фирм в регионе. Влияние характеристик территории на производительность и другие индикаторы конкурентоспособности предприятий обнаружено и в других эмпирических исследованиях. В частности, в исследовании конкурентоспособности предприятий обрабатывающей промышленности, проведенном Институтом анализа предприятий и рынков ГУ–ВШЭ [Голикова и др., 2007, гл. 4], продемонстрировано, что доля конкурентоспособных предприятий отраслей обрабатывающей промышленности положительно зависит от размера населенного пункта, причем эта зависимость выражена очень сильно. В более поздней работе на той же эмпирической базе [Гончар, Кузнецов, 2008] подтверждена гипотеза о том, что размещение в пределах агломерации повы-

шает как абсолютный уровень производительности предприятия, так и вероятность оказаться в группе предприятий, производительность которых выше, чем в среднем по отрасли.

Во всех отмеченных исследованиях, основанных на российских данных, однако, не предпринимается попытки оценить влияние межфирменной кооперации на хозяйственные результаты компаний. Остается неясным, является ли рост результативности фирм следствием их более эффективного взаимодействия с деловым окружением на ограниченной территории, или близкое размещение порождает возникновение положительных внешних эффектов между предприятиями вне зависимости от того, взаимодействуют они между собой или нет. Иными словами, можно ли рассматривать упомянутые выше результаты исследований российских предприятий как косвенное свидетельство существования отношенческой ренты?

4. Сотрудничество между российскими предприятиями (анализ отраслей машиностроения и ИТ)

Цели и методы исследования

Характерны ли кластерные отношения для российских производителей? Можно ли найти объективные свидетельства существования отношенческой ренты? Для ответа на эти вопросы мы провели серию интервью с руководителями предприятий — участников потенциальных кластеров, а также с представителями образовательных и научных учреждений, региональных властей и технопарков.

В качестве объектов углубленных интервью мы ограничились двумя секторами российской промышленности: машиностроением, включая автомобилестроение, приборостроение и производство электровозов, и отраслью ИТ. Выбор этих секторов был продиктован двумя соображениями. В обеих отраслях деятельность предприя-

тий сопровождается положительными внешними эффектами для их конкурентов и/или поставщиков. В то же самое время условия взаимодействия в отраслях существенно различаются. В отрасли машиностроения крайне высоки издержки входа, в отличие от отрасли ИТ, где издержки входа на большинство рынков умеренны. Более того, для производителей в отрасли машиностроения значительная доля инвестиций специфична, чего нельзя сказать об отрасли ИТ. В соответствии с экономической теорией трансакционных издержек, этот фактор повышает сравнительные преимущества иерархического механизма управления транзакциями и одновременно — увеличивает риски, связанные с кооперацией. Таким образом, может возникнуть неожиданный эффект, когда крупные предприятия в отраслях машиностроения, тесно связанные технологически и способные создать высокую дополнительную прибыль благодаря сотрудничеству, могут оказаться гораздо менее склонными к сознательной кооперации, нежели относительно мелкие предприятия в отрасли ИТ. Одновременно для отрасли ИТ должна быть характерна другая проблема развития кооперации, известная как «проблема безбилетника». Сотрудничество между множеством компаний ИТ может создавать значительную отношенческую ренту, но только при условии кооперации множества участников. Однако отклонение от кооперативной стратегии повышает выигрыш, поскольку позволяет использовать преимущества сотрудничества без соответствующих затрат. В итоге равновесие может характеризоваться отказом от кооперации со стороны всех участников. Еще одно важное различие между секторами заключается в том, что по сравнению с ИТ-сектором машиностроение активно включено в региональные концепции развития кластеров: согласно базе данных Минэкономразвития о кластерных инициативах регионов России, в 21 субъекте РФ предпринимаются меры

по развитию кластеров в различных подотраслях машиностроения (судостроении, автомобилестроении и производстве автокомпонентов, электронике и приборостроении, авиастроении, тяжелом машиностроении и пр.) — всего 25 инициатив. Программа UNIDO в России также нацелена на создание кластера производителей автокомпонентов. При этом лишь в двух регионах заявляется о создании кластеров в области ИТ-технологий (кластер информационных технологий в г. Дубне в Московской области и Федеральный технопарк в сфере информационных технологий «Анкудиновка» в Нижегородской области). Все указанные различия давали нам основания ожидать разных результатов анализа кооперации в этих отраслях.

Число регионов было ограничено тремя: Калужская область (Центральный ФО), Нижегородская область (Приволжский ФО) и Свердловская область (Уральский ФО). Круг респондентов определялся, с одной стороны, позицией региональных властей в определении границ кластеров, а с другой — выявляемыми в процессе интервьюирования устойчивыми хозяйственными отношениями. Всего в течение мая — августа 2009 г. было проведено 60 интервью, из них 32 — с представителями топ-менеджмента предприятий, остальные — с представителями региональных властей, образовательных и научных учреждений и технопарков. Репрезентативность результатов в масштабах российской промышленности обеспечить невозможно, однако высказанные мнения обладают своей ценностью и некоторые закономерности хорошо наблюдаемы даже на этих данных.

Гипотезы, подлежащие проверке в ходе эмпирического исследования, состояли в следующем.

H1. Российские предприятия в меньшей степени готовы к совместной деятельности, раскрытию информации и инвестициям, рассчитанным на долгосрочное

сотрудничество, нежели предприятия стран — членов ЕС. Вот почему перечень форм сотрудничества, формирующих кластер на основе кооперации, в российской экономике может оказаться более ограниченным;

Н2. Предприятия машиностроения в меньшей степени готовы к сотрудничеству, чем производители в ИТ-секторе. Это означало бы, что планы государства по развитию кластеров не опираются на готовность предприятий к кооперации.

Н3. Источники проблем на пути межфирменной кооперации различны в двух рассматриваемых отраслях. Мы ожидали преобладание проблемы изъятия квазиренды в машиностроении, в то время как для ИТ-сектора более характерной должна быть «проблема безбилетника».

Н4. Более активной кооперации сопутствует более высокая конкурентоспособность, что свидетельствует о создании относительной ренты даже в тех случаях, когда предприятия ее как таковую не оценивают.

Подтверждение гипотез Н1–Н4 свидетельствовало бы о перспективах развития в России кластеров, включающих взаимозависимые предприятия на основе положительных внешних эффектов, в противоположность кластерам, основанным на сознательной кооперации.

Сценарии углубленных интервью разрабатывались отдельно для разных типов участников кластеров на основе предварительно собранной информации о составе кластеров, типе отношений между их участниками, особенностях целевых рынков. Для анализа стимулов к кооперации рассматривались взаимоотношения предприятий не только с поставщиками и конкурентами, которые могут обладать возможностью изъять квазиренду, но и с образовательными учреждениями, лишенными такой возможности. Сценарий интервью с

представителями предприятий включал вопросы о типе и масштабах сотрудничества между предприятиями, выборе модели инноваций в рамках кластера, преимуществах кластера, взаимодействии промышленных предприятий с региональными властями, банками, формах поддержки, полученной участниками кластера. Сценарий интервью для представителей региональных властей, технопарков и институтов развития включал вопросы об оценке роли кластеров в развитии региона, о проблемах поддержки предприятий, о выборе форм поддержки, включая удачный и неудачный опыт. Сценарий интервью с образовательными и научно-исследовательскими учреждениями охватывал вопросы о востребованности выпускников, направлениях и масштабах сотрудничества с предприятиями, качестве образования, развитости и роли кластеров в регионе и мерах их развития.

Перечень вопросов был разработан таким образом, чтобы все интервьюируемые участники потенциального кластера (представители бизнеса и делового окружения) высказали свое мнение о масштабах кооперации, преимуществах и ограничениях каждого направления сотрудничества. При этом с нашей точки зрения наилучшим образом степень принципиальной готовности к кооперации отражают отношения с образовательными учреждениями, поскольку образование — единственный поставщик ресурсов, который не способен изымать квазиренду.

Сотрудничество с поставщиками

География размещения основных поставщиков в секторе автомобилестроения не ограничивается одним регионом: больше половины респондентов отметили, что их основные поставщики расположены в других регионах России (рис. 1). В то же время компании, указавшие на появление новых крупных поставщиков в течение последнего года, отмечают, что их важней-

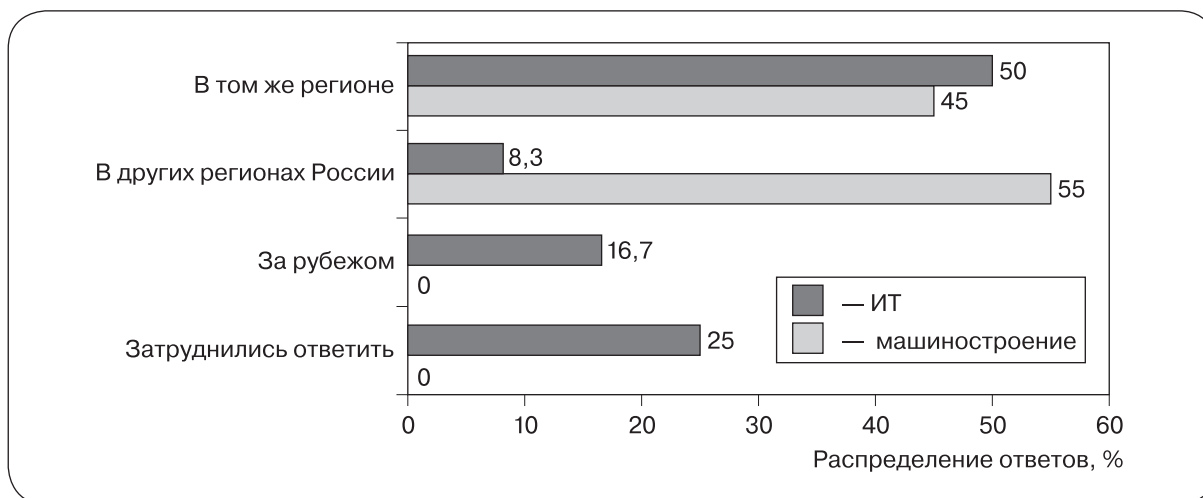


Рис. 1. Размещение основных поставщиков

шие поставщики расположены в том же регионе. Это может быть рассмотрено как косвенный сигнал о значимости фактора размещения при формировании хозяйственных связей (при наличии соответствующего выбора).

В секторе автомобилестроения явно выражена тенденция к сохранению состава основных поставщиков в течение длительного времени: 64% респондентов отметили, что длительность их сотрудничества с основными поставщиками составляет более пяти лет. Это объясняется прежде всего спецификой отрасли: многие виды оборудования, комплектующих и материалов производятся лишь несколькими производителями (а зачастую одним); смена ассортимента происходит сравнительно редко и всегда предваряется процедурой согласования технических характеристик всех комплектующих и узлов. Этим и объясняется высокий процент респондентов (82%), отметивших, что смена основного поставщика практически невозможна либо сопряжена со значительными затруднениями (рис. 2). Это указывает на специфичность инвестиций и взаимозависимость между технологически связанными предприятиями, а одновременно — на риск перераспределения квазиаренды.

В ИТ-секторе сложилась иная ситуация. Для производства программного обеспечения не требуется каких-то особых комплектующих и материалов, переориентация на другого покупателя не предполагает замены активов. Это подтверждается отмечаемой респондентами легкостью переключения с одних поставщиков на других. Тем не менее взаимоотношения с поставщиками у предприятий этого сектора выглядят достаточно устойчивыми и, что также важно, географически сконцентрированными.

В рамках интервью обнаружено не много свидетельств сознательного сотрудничества между продавцами. На вопрос о готовности предоставить льготы постоянным поставщикам (в форме товарного кредита, предоплаты и т. п.) ни один респондент не ответил утвердительно. В то же время готовность предоставить поставщику спецификацию требуемой продукции, образец, консультацию и т. п. высказывают 85% респондентов машиностроения и 41,7% респондентов ИТ-сектора. Те же респонденты отмечают востребованность подобной помощи со стороны поставщиков (75 и 41,7% соответственно). В случае машиностроения, однако, это зачастую скорее неотъемлемая часть процедуры согласования технических характеристик узлов

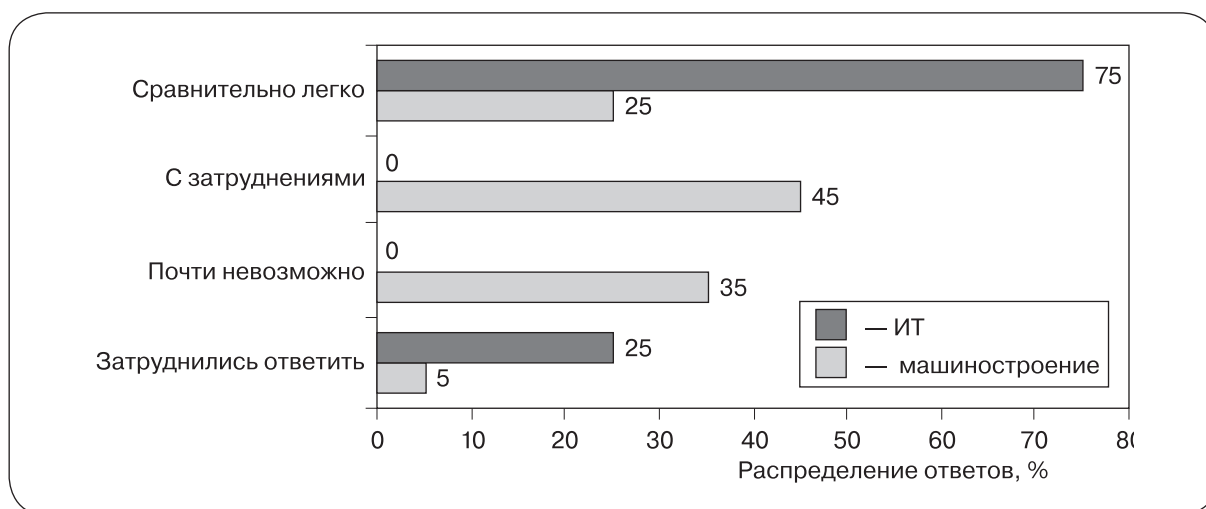


Рис. 2. Легкость смены основных поставщиков

и комплектующих при разработке новой продукции, чем проявление партнерских отношений между компаниями и их готовности к взаимовыгодной кооперации:

Процесс согласования ежедневный. Партия пришла, если есть отклонения — извещаем и отбраковываем. Все пожелания по качеству согласуются по чертежу, и если он подписан двумя сторонами, то по нему дальше работают. У нас в договорах прописано, что конструкторскую документацию запрещено изменять в одностороннем порядке. Обычно поставщики идут без проблем на различные согласования (респондент — директор предприятия — производителя электрооборудования для автомобилей с численностью занятых свыше 800 человек).

В секторе ИТ, напротив, устойчивость межфирменных связей не может быть объяснена отсутствием выбора поставщиков, уникальностью поставляемой продукции или технологической необходимостью:

Если брать, например, провайдера, то я думаю, что у нас в городе есть провайдеры, которые с удовольствием стали бы с нами сотрудничать. Очень легко. Просто нет таких ключевых поставщиков, которые были бы уникальны. Всегда есть выбор. Если бы вот поставлялись

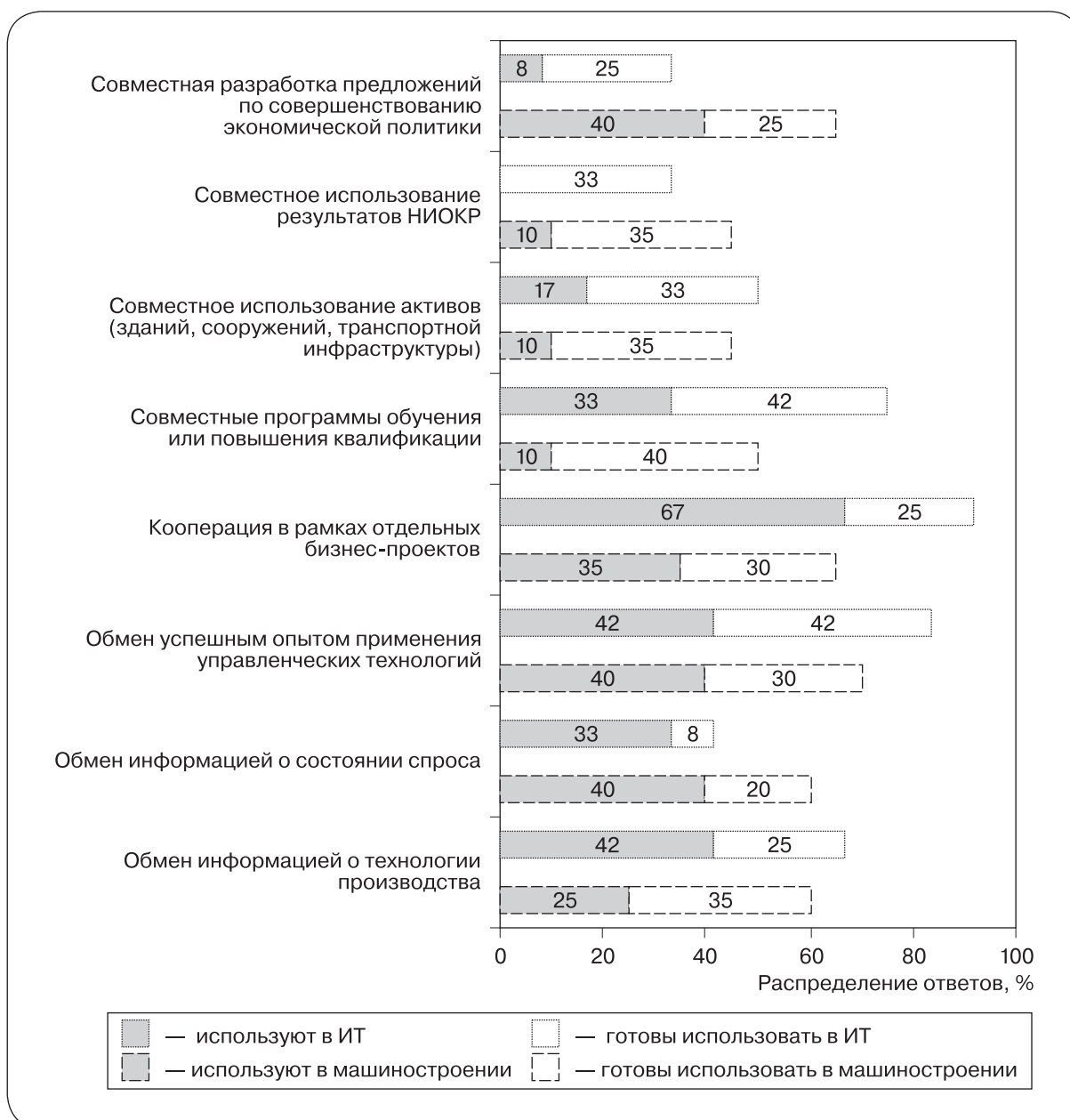
какие-нибудь химические реактивы для промышленности, то это было бы сложно сделать... (респондент — руководитель ИТ-компании с численностью занятых свыше 1000 человек).

Таким образом, в обоих секторах наблюдаются достаточно устойчивые производственные связи с поставщиками. При этом в ИТ-секторе они являются скорее проявлением неформальных контактов между расположенными в географической близости предприятиями, в то время как в машиностроении — результатом взаимозависимости на уровне производства.

Сотрудничество с конкурентами

Сотрудничество с конкурентами является отличительной особенностью кластера, когда, несмотря на конкуренцию за факторы производства и на рынке конечной продукции, компании находят возможности для взаимовыгодной кооперации, повышающей эффективность всех участников отношений. Заметим, что это верно только для кластера в понимании сотрудничества.

На рис. 3 представлена информация о формах сотрудничества с конкурентами, которые предприятия используют или готовы использовать. Гипотетически все ви-



ды кооперации рассматриваются респондентами как возможные в обоих секторах, включая обмен информацией о технологии производства и совместное использование результатов НИОКР. На практике, однако, всестороннее сотрудничество отсутствует —

доминирует фактор конкуренции, что особенно заметно в секторе машиностроения, где кооперация ограничивается обменом информацией о состоянии спроса и разработкой предложений по совершенствованию экономической политики:

Есть такая организация «Объединение автопроизводителей России». Там есть «большая четверка»: «АвтоВАЗ», ГАЗ, «Соллерс» и КАМАЗ. На уровне цивилизованного лоббизма, формулирования потребностей отрасли между ними существуют взаимодействие и обмен информацией. Но НИОКР делить в автопроме — это совсем другая область... абсурд (респондент — менеджер одной из крупнейших российских компаний автопрома).

В секторе ИТ готовность к кооперации с конкурентами выше. Компании сотрудничают в рамках отдельных бизнес-проектов, осуществляют совместные программы обучения и повышения квалификации, обмениваются успешным опытом применения управленческих технологий. При этом, однако, респонденты указывают на отрицательные стороны подобной активности, прежде всего связанные с «проблемой безбилетника»:

Совместные программы обучения или повышения квалификации, с одной стороны — почему бы и нет; с другой — надо вообще избегать, чтобы сотрудники (разных компаний. — С. Г., С. А., С. К.) вместе находились, потому что это приводит не всегда к хорошим последствиям (респондент — руководитель ИТ-компания с численностью занятых свыше 1000 человек).

Отношение к совместному использованию результатов НИОКР в секторе ИТ — отрицательное, а вот совместное лоббирование общих интересов в органах исполнительной власти, в противоположность машиностроению, практически не развито.

Следует отметить, что компании могут конкурировать не только на рынке конечной продукции, но и на рынках ресурсов. В ИТ-секторе это прежде всего касается сферы образования, что, как отмечалось, порождает «проблему безбилетника» в области проектно-ориентированной подготовки студентов и молодых специалистов. Интересно,

что компании самостоятельно ищут способы преодоления этой проблемы путем заключения соглашений с конкурентами. Среди предложений — регламентация перехода сотрудников из одной компании в другую:

Любой человек, который работает в нашей организации, не имеет права перейти из одной организации в другую в составе кластера без согласования со всеми заинтересованными сторонами. Если вы хотите купить его у меня — пожалуйста, платите. Как с футболистами (респондент — руководитель ИТ-компания с численностью занятых менее 100 человек).

Сотрудничество с образовательными учреждениями

Локализация учебных учреждений, выпускники которых привлекаются к работе на предприятиях рассматриваемых отраслей, очень высока (рис. 4): 75% компаний машиностроения и 92% компаний ИТ-сектора отметили, что их работники являются выпускниками учреждений высшего и среднего профессионального образования, расположенных в том же городе; еще около 30% указывают на привлечение выпускников из других городов региона. Таким образом, географическая концентрация связей между производством и образованием не вызывает сомнений.

Удовлетворенность компаний уровнем подготовки выпускников образовательных учреждений средняя: соответствие качества высшего образования потребностям компании отметили 56% респондентов машиностроения и 64% респондентов ИТ-сектора. Интересно, что представители системы образования считают, что качество образования удовлетворяет потребностям предприятий на 80–90%:

На том уровне, на котором находятся наши предприятия (автомобилестроения), наше качество образования достаточно. Если говорить о создании предприятий нового типа, то нужны и специалисты нового типа, и мы к этому готовимся

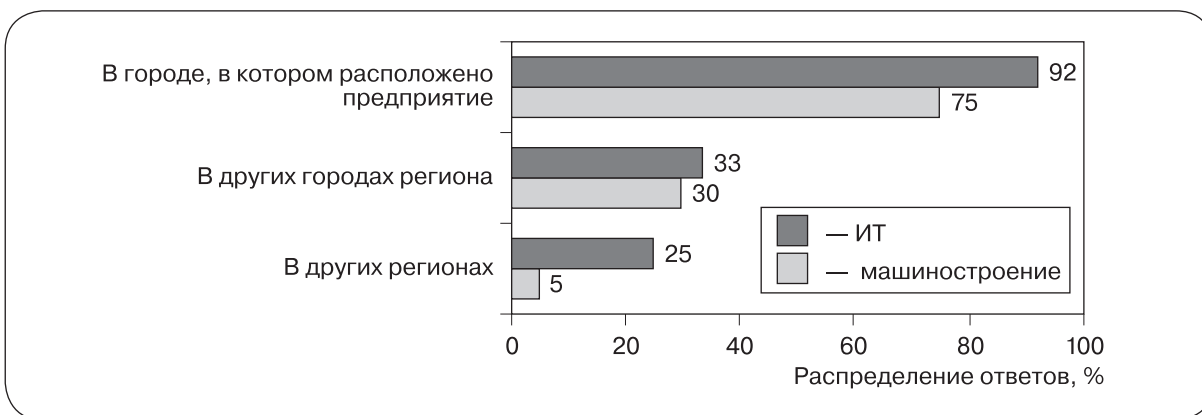


Рис. 4. Локализация учебных учреждений



Рис. 5. Формы сотрудничества предприятий с образовательными учреждениями

(респондент — представитель образовательного учреждения).

Более глубокий анализ ответов респондентов показал, что сотрудничество компаний машиностроения с образовательными учреждениями носит преимущественно традиционный характер привлечения студентов в качестве рабочей силы на период прохождения производственной или преддиплом-

ной практики, а также курсов повышения квалификации сотрудников (рис. 5).

Взаимодействие с учебными заведениями с целью адаптации учебных программ к потребностям компании осуществляет почти половина опрошенных компаний. Кроме того, представители образования всех областей упоминают о выполнении научных разработок по заказам предприятий

автомобилестроения на договорной основе (что не было отмечено представителями промышленных предприятий). В целом результаты интервью свидетельствуют о том, что сотрудничество между предприятиями автомобилестроения и образовательными учреждениями в рассматриваемых регионах развито не очень активно. Обе стороны осознают, что существует большой потенциал для развития и углубления этих отношений, и демонстрируют заинтересованность в кооперации.

В секторе ИТ наблюдаются более продвинутые формы взаимодействия предприятий с образовательными учреждениями: совместные проекты и лаборатории. Крупнейшие производители имеют свои базовые школы и кафедры в высших учебных заведениях, проявляют более высокую активность в работе по адаптации учебных программ к собственным потребностям в уровне подготовки специалистов. Это наблюдение тем более важно, что готовность компаний к осуществлению инвестиций в подготовку потенциальных работников наблюдается, несмотря на присутствующую в секторе ИТ «проблему безбилетника», поскольку обученные студенты или молодые сотрудники могут избрать для места работы другую фирму:

Мы бы не хотели, чтобы наши знания куда-то переносились... (респондент — руководитель ИТ-компании с численностью занятых менее 50 человек).

Таким образом, вялость кооперации с поставщиками и конкурентами нельзя объяснить исключительно соображениями риска присвоения квазиренды. Вероятно, существует и проблема низкой оценки выгоды от сотрудничества.

Кооперация и конкурентоспособность

Считают ли предприятия кооперацию источником дополнительной прибыли (отношенческой ренты)? Для того чтобы это понять, респондентам задавались вопросы о том, рассматривают ли они взаимодей-

ствие с другими экономическими агентами как фактор роста своей конкурентоспособности, а также сотрудничество с какими сторонами является в этом отношении наиболее важным (рис. 6). Респондентам предлагалось выбрать не более трех из предложенных направлений кооперации.

Респонденты машиностроения отмечают важность сотрудничества с покупателями и поставщиками (что предопределяется самой системой разработки и производства продукции) и с федеральными органами власти (рис. 6). Иными словами, повышение конкурентоспособности рассматривается ими как результат целенаправленной государственной политики, причем скорее федеральной, чем региональной. Напротив, предприятия ИТ-сектора отмечают важность сотрудничества с покупателями и конкурентами. В этом секторе большее значение придается межфирменной кооперации, чем государственной политике.

Эти результаты позволяют нам сделать, по крайней мере, два вывода. Прежде всего, субъективные оценки респондентов подтверждают гипотезу о существовании отношенческой ренты, в данном случае — о возможности повышения конкурентоспособности предприятий благодаря сотрудничеству. При этом важнейшие направления сотрудничества в рассмотренных отраслях различаются.

Второй важный результат касается различий в оценках респондентов двух рассматриваемых секторов выгод кооперации с конкурентами. В секторе ИТ большинство респондентов считают подобное сотрудничество важным фактором повышения конкурентоспособности, в то время как в отрасли машиностроения, где технологические связи между производителями большей частью исторически определены, отношение к такой кооперации достаточно сдержанное. Возможно, именно необремененность старыми связями определяет большую готовность к кооперации сравнительно молодых компаний ИТ сектора,

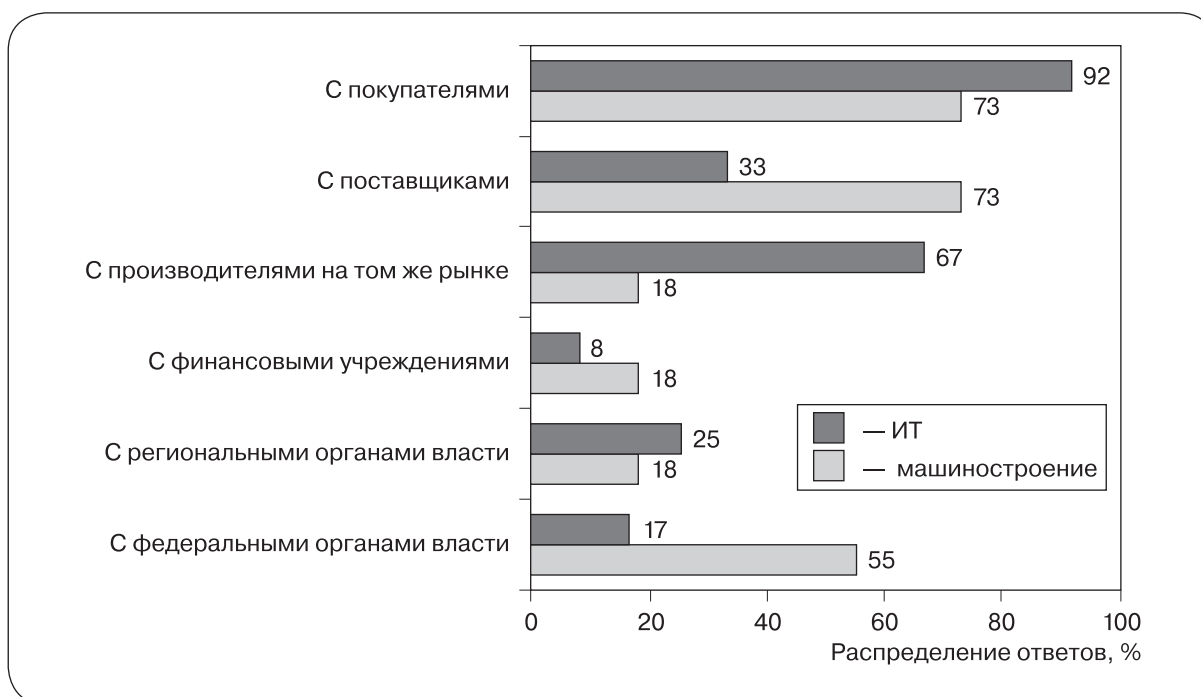


Рис. 6. Направления сотрудничества, рассматриваемые респондентами как важные для повышения конкурентоспособности предприятий

несмотря на то что именно в этой отрасли участие в совместной деятельности сдерживается «проблемой безбилетника». Отсутствие жестко заданных технологических связей между предприятиями обеспечивает большую гибкость в выборе партнеров и совместных проектов, а значит, и возможность создавать отношенческую ренту при более низком риске ее изъятия. Важным фактором, сдерживающим кооперацию в отрасли машиностроения, может, в свою очередь, выступать специфичность инвестиций, необходимых для осуществления совместных проектов, что увеличивает сумму квазиаренды и риск оппортунистического поведения, снижая тем самым стимулы для сотрудничества.

Взаимодействие с региональными органами исполнительной власти

Необходимость обсуждать напрямую с региональными властями проблемы развития бизнеса отмечают 80% респондентов маши-

ностроения и 50% респондентов ИТ-сектора (все последние — нижегородские производители ПО). Лично знакомы с руководителями органов исполнительной власти в регионе, ответственными за разработку и проведение экономической политики, 60 и 41,7% респондентов соответственно. С основными задачами экономической политики региональных органов исполнительной власти и стратегическими планами развития специализации региона знакомы 70 и 50% респондентов соответственно (при этом, однако, лишь 55 и 25% респондентов смогли оценить, относится ли их фирма к приоритетному для промышленной политики сектору). В целом эта информация свидетельствует о том, что взаимодействие предприятий с региональными органами власти в выбранных секторах присутствует. В ИТ-секторе это взаимодействие осуществляется преимущественно по вопросам, непосредственно связанным с хозяйственной деятельностью предприятий, в то время

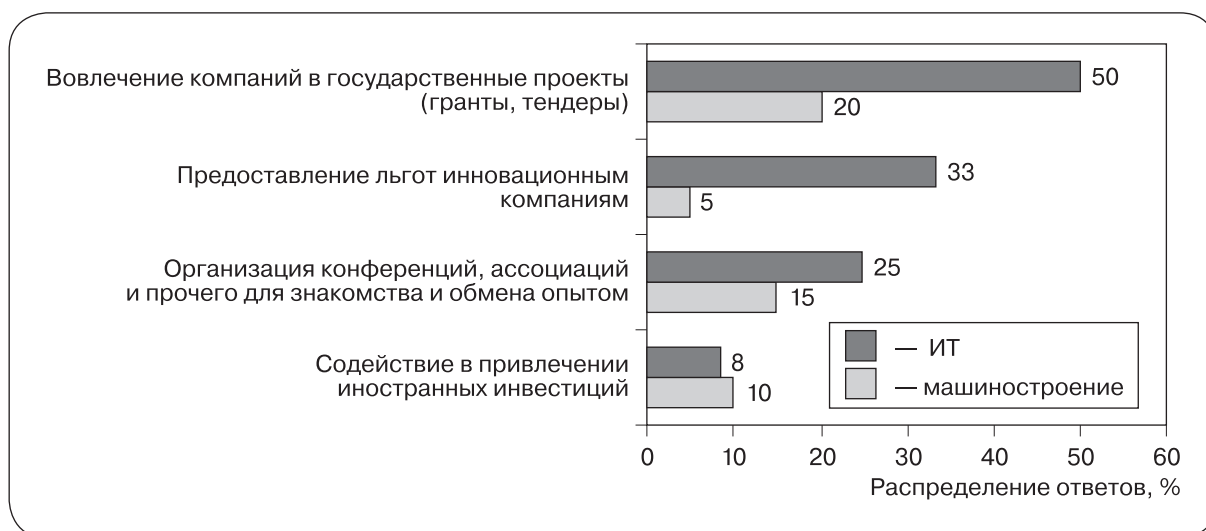


Рис. 7. Меры государственной политики повышения эффективности взаимодействия между разными участниками экономической деятельности

как производители машиностроения как минимум следят за стратегией развития региона, а возможно, и принимают участие в ее обсуждении.

Респонденты не продемонстрировали спроса на меры государственной поддержки развития сотрудничества в кластере. В принципе, первой реакцией на вопрос о том, какое отношение государства предпочтительно для компании, были ответы типа: «Чтобы нас не замечали... Главное — пусть не мешают». Другие варианты ответов (рис. 7) отличает та особенность, что наиболее востребована роль государства как источника денег — в качестве заказчика, в качестве источника льгот или в качестве посредника при привлечении инвестиций. Ни один из респондентов не указал на целесообразность привлечения государства в качестве гаранта соблюдения взаимных договоренностей в кластере или модератора при разрешении конфликтов, хотя структура интервью едва ли не подталкивала к таким ответам.

В свою очередь, и региональные власти в рамках интервью не проявили готовности к тому, что называется «кластерной политикой»:

Кластеры мы не поддерживаем. В том плане, что у нас есть адресная поддержка конкретных юридических лиц на конкурсной основе. Что такое поддержать кластер? Я не знаю (респондент — сотрудник регионального органа исполнительной власти, г. Нижний Новгород).

В том же случае, когда речь идет о мерах государственной поддержки не отдельных предприятий, а их групп, планируются и осуществляются в первую очередь меры общего характера, в противоположность специфическим инструментам поддержки кластеров. Представители региональных властей в качестве первоочередных задач указывают на развитие инфраструктуры (промышленной, транспортной и бизнес-инфраструктуры), в том числе на основе софинансирования. Полученные результаты полностью совпадают с содержанием кластерных инициатив регионов в рамках проекта, инициированного Минэкономразвития.

Получившийся в результате сопоставления разных точек зрения обобщенный перечень возможных направлений государственной политики охватывает большую часть применяемых в зарубежных странах

мер по поддержке кластеров. По результатам исследования [Innobarometer..., 2006], большинство опрошенных компаний получает наиболее значимую поддержку государства в форме содействия в поиске и распространении информации (например, организацию публичных мероприятий упомянули 45% опрошенных, обеспечение передачи информации — 43%). В ЕС 41% фирм также отмечают, что власти внесли вклад в финансирование совместных проектов участников кластера. Представители около 40% опрошенных компаний утверждают, что государство содействовало формированию сотрудничества с университетами, органами власти, а также другими компаниями. Менее распространенными формами поддержки кластеров являются упрощение и выполнение административных процедур, поддержка международных отношений (упомянуты 1/3 компаний). Помощь через предоставление объектов недвижимости и других элементов инфраструктуры получают также 1/3 компаний. Таким образом, наличие инструментов поддержки, нацеленной на формирование кластеров первого типа, объединяет российские и зарубежные компании. Что же касается политики содействия проектам кооперации, т. е. развитию кластеров второго типа, то ни российские предприниматели, ни российские власти не проявляют заинтересованности в ней, в отличие от европейских коллег.

Самооценка наличия кластера

Знакомство с концепцией кластера (т. е. способность дать определение термина) демонстрируют около 75% респондентов в обоих секторах. Однако в большинстве своем понимание кластера ограничивается территориальной концентрацией предприятий одной или нескольких связанных отраслей. О сотрудничестве между участниками экономической деятельности и синергетическом эффекте упоминают далеко не все. Такое же понимание кластеров неявно

лежит в основе большинства региональных кластерных инициатив: чаще всего мероприятия по развитию кластеров ориентированы на развитие производственных мощностей в определенных секторах, в то время как стимулированию сотрудничества между существующими предприятиями уделяется мало внимания. При этом, однако, развитие кооперации часто рассматривается как прямое следствие увеличения числа предприятий технологически связанных отраслей в регионе:

Кластер — это и есть сотрудничество между предприятиями. Есть предприятие-паровоз, которое за собой тянет остальных. Пришел Volkswagen, потом пришли поставщики первого уровня, которые поставляют узлы и агрегаты, потом придут поставщики, которые будут поставлять детали к агрегатам, потом придут поставщики третьего уровня, которые их обслуживают... (респондент — сотрудник органа региональной исполнительной власти, г. Калуга).

Включение в число характеристик кластера, помимо географического расположения, технологических взаимосвязей и кооперации производителей, наличия ключевого актора широко распространено в России, в то время как в определениях кластера, встречающихся в зарубежной литературе, это скорее исключение (см., напр.: [Jacobs, De Man, 1996]). На наш взгляд, это отражает важную проблему не только развития сотрудничества, но и модернизации предприятий в целом — отсутствие инициатора преобразований, который одновременно обладал бы полномочиями и возможностями, достаточными для обеспечения выполнения всеми участниками группы предприятий взятых ими на себя обязательств.

На вопрос о существовании кластера в отрасли респондента или в смежных отраслях положительно ответили 20% респондентов из машиностроения (преимущественно представители приборостроения

Таблица 1

Признаки наличия кластерных взаимоотношений в машиностроении и ИТ-секторе

Признак	Машиностроение	ИТ-сектор
Сотрудничество с поставщиками	–	+
Сотрудничество с конкурентами	–	+
Сотрудничество с образовательными учреждениями	–	+
Взаимодействие с региональными органами исполнительной власти	+	+
Самооценка наличия кластера	–	+

Свердловской области) и 50% респондентов из ИТ-сектора. Таким образом, степень развития кластерных отношений в машиностроении субъективно оценивается респондентами несколько ниже, а в ИТ-секторе — значительно выше, чем в среднем по странам ЕС: напомним, что в соответствии с результатами исследования [Innovarometer..., 2006] в среднем каждая четвертая компания считает, что работает в составе кластера.

Обобщая результаты интервью (табл. 1), можно сделать вывод о том, что в рассматриваемых регионах России имеются предпосылки для формирования ИТ-кластеров как сети активно взаимодействующих предприятий, учебных и научных учреждений при поддержке региональных органов власти (прежде всего в сфере развития инфраструктуры). В секторе машиностроения следует говорить скорее о потенциале для развития региональных центров производства, но не кластеров в понимании группы активно сотрудничающих предприятий. Более того, в рамках интервью отдельными респондентами было высказано мнение о том, что пространственная концентрация в секторе машиностроения может иметь негативные последствия для этого сектора, поскольку все хозяйственные связи будут заданы размещением и предприятия потеряют стимулы для повышения своей конкурентоспособности, так как конкуренция среди поставщиков комплектующих снизится.

Кооперация и инновационная активность предприятий

Представленный ниже анализ ориентирован на поиск объективных свидетельств отношенческой ренты. Мы пытаемся сопоставить субъективную оценку отношенческой ренты с объективными свидетельствами. В соответствии с большинством эмпирических исследований [Долгопятова, Ивасаки, Яковлев, 2007; Гончар, Кузнецов, 2008] инновационная активность сопровождается объективно лучшими показателями результативности и конкурентоспособности предприятий. Вот почему ввиду отсутствия количественных оценок результативности предприятий-респондентов мы рассматриваем инновации как свидетельство существования отношенческой ренты.

Ключевой вопрос в этой связи таков: действительно ли сотрудничество в рамках группы предприятий (неважно, называем мы эту группу кластером или нет) может способствовать инновационной активности? Для ответа на него проводится сопоставление инновационной активности предприятий двух групп: активно сотрудничающих с деловым окружением и уклоняющихся от кооперации.

Оценка активности сотрудничества предприятия — участника потенциального кластера с деловым окружением проводилась по следующим критериям:

- *сотрудничество с поставщиками* оценивается как активное, если предприятие: (а) работает преимущественно с поставщиками, расположенными в том же

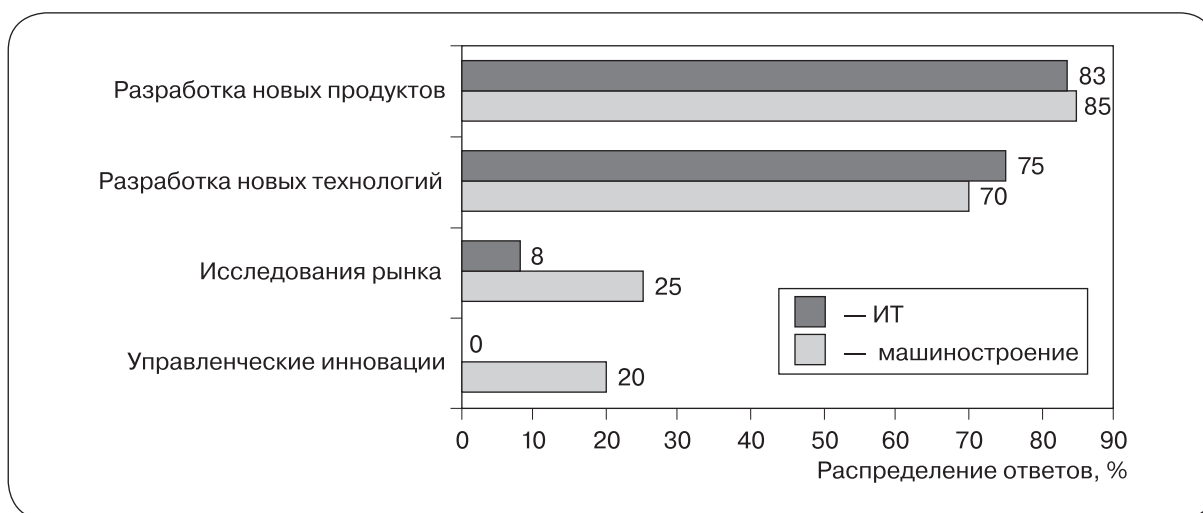


Рис. 8. Направления инновационной деятельности предприятий

регионе; (б) готово предоставить помощь поставщику; в) рассматривает это сотрудничество как востребованное;

- *сотрудничество с образовательными учреждениями* рассматривается как активное, если предприятие: (а) привлекает преимущественно выпускников образовательных учреждений из своего региона; (б) сотрудничает с учебными заведениями по двум или более направлениям;
- *сотрудничество с конкурентами* оценивается как активное, если присутствует кооперация с конкурентами по двум или более направлениям.

Предприятие считается активно сотрудничающим с деловым окружением, если результаты интервью с его руководителем позволяют сделать вывод об активном сотрудничестве по крайней мере с двумя из трех типов контрагентов. Таких компаний среди 32 опрошенных оказалось 13.

Для оценки инновационной активности предприятий респондентам в рамках интервью задавались вопросы о направлениях их инновационной деятельности. 85% респондентов машиностроения и 83,3% респондентов ИТ-сектора отметили, что за последние пять лет предприятие осуществля-

ло модернизацию. На наличие конкретных планов модернизации предприятия указали 65% респондентов автомобилестроения и 75% респондентов ИТ-сектора. В качестве основных направлений инновационной деятельности предприятия называют разработку нового продукта и новых технологий (рис. 8). При этом основным источником инноваций являются внутренние ресурсы компаний, что косвенно свидетельствует о низкой активности взаимодействия в сфере исследований и разработок.

В дальнейшем анализе предприятие считается инновационно-активным, если: (а) осуществляет хотя бы один вид инновационной деятельности; (б) имеет конкретные планы на дальнейшую модернизацию производства (в ходе интервью были названы конкретные мероприятия, запланированные на ближайшие несколько лет). Таких предприятий выделено 22.

В табл. 2 представлены результаты сопоставления инновационной активности предприятий и их активности в сотрудничестве с деловым окружением. Как видно из таблицы, доля инновационных предприятий в группе предприятий, активно взаимодействующих с деловым окружением — поставщиками, покупателями,

Таблица 2

Инновации и участие в кооперации: результаты интервью

Компании	Активно сотрудничающие с деловым окружением (13 компаний)	Слабо сотрудничающие с деловым окружением (19 компаний)
Инновационно активные (22 компании)	92,3%	5,3%
Инновационно пассивные (10 компаний)	7,7%	94,7%

Примечание: N (число наблюдений) = 32; $\chi^2 = 39,00$ ($p = 0,005$).

конкурентами, — всегда выше, чем в группе слабо взаимодействующих, причем эта связь статистически значима. Таким образом, гипотеза о независимости переменных инновационной активности компаний и их активности в сотрудничестве с другими экономическими агентами отвергается.

Это соответствует результатам зарубежных исследований. По данным исследования [Innobarometer..., 2006], многие кластерные компании вовлечены в инновационную деятельность: 60% компаний ЕС внедрили инновационный продукт за два года, предшествовавших исследованию, и около половины — инновационную технологию. В целом 78% опрошенных компаний в ЕС занимались деятельностью, косвенно указывающей на инновационную активность. Картина такова, что чем больше открывается новых рынков и чем моложе компания, тем выше вовлеченность в инновационные процессы и стремление развивать бизнес. Причем кластерные инновационные компании с большей вероятностью патентуют и регистрируют в качестве торговых марок свои инновации и новые продукты/услуги.

С нашей точки зрения, говорить о наличии причинно-следственной связи в данном случае следует весьма осторожно. Полученный результат скорее отражает то, что руководство, ориентированное на повышение конкурентоспособности своего предприятия, старается использовать для этого все возможности, в том числе и опре-

деляемые неформальными связями с поставщиками, покупателями, конкурентами, властями и образовательными учреждениями. Тем не менее важным результатом является то, что найденная взаимосвязь выступает признаком возникновения отношенческой ренты в результате сотрудничества компаний.

5. Заключение

Результаты интервью в целом подтвердили выдвинутые гипотезы. Значительная часть российских предприятий не демонстрирует готовности к сознательной кооперации (H1). Меньшая готовность к сотрудничеству характерна для машиностроительных предприятий (H2), в отличие от участников сектора ИТ, несмотря на более сильную технологическую взаимозависимость. Представляется, что на поведение предприятий воздействует риск изъятия квазиренды, который перевешивает стимулы, связанные с ее созданием. В свою очередь, предприятия ИТ-сектора подвержены «проблеме безбилетника» в отношении проектно ориентированной подготовки студентов и молодых сотрудников, и при этом ими разрабатываются механизмы для ее преодоления (H3). Обнаружены признаки создания отношенческой ренты в группе сотрудничающих предприятий (H4), несмотря на то что субъективно руководители предприятий выигрывают от кооперации оценивают недостаточно высоко.

Таким образом, признаки формирования кластера, основанного на сотрудничестве, найдены в отрасли, которая практически никогда не рассматривалась в государственной политике как сфера возникновения кластера. В то же время в отрасли машиностроения, в том числе в автомобилестроении, которое входит в планы развития кластера во многих регионах, свидетельств сознательного сотрудничества гораздо меньше.

Полученные результаты подталкивают к выводу о том, что при организации государственной политики в отношении кластеров, вероятно, следует ориентироваться в первую очередь на кластеры, возникающие благодаря объективным закономерностям взаимодействия продавцов, в отличие от целенаправленного сотрудничества. При обсуждении конкретных мер государ-

ственной поддержки необходимо учитывать существование «проблемы безбилетника» и проблемы изъятия квазиаренды.

Благодарности

Исследование поддержано грантом Научного Фонда Государственного университета – Высшей школы экономики, проект № 09-08-0006 «Инновационные кластеры и структурные изменения в российской экономике». Авторы благодарны участникам Российского экономического конгресса и межрегиональной конференции «Точки роста экономики Большого Урала» за мнения и комментарии, высказанные при обсуждении промежуточных результатов исследования. Особая благодарность А. Е. Шадрину за информационную и организационную поддержку проекта.

ЛИТЕРАТУРА

- Авдашева С. Б., Буданов И. А., Голикова В. В., Яковлев А. А. 2005. Модернизация российских предприятий в цепочках создания стоимости (на примере трубной и мебельной промышленности России). *Экономический журнал ВШЭ* 9 (3): 361–377.
- Авдашева С. Б., Голованова С. В. (ред.). 2009. *Тенденции изменения структуры российской промышленности в период экономического подъема*. М.: ЗАО «Юридический Дом „Юстиц-информ“».
- Голикова В. В., Яковлев А. А., Кузнецов Б. В., Гончар К. Р., Ясин Е. Г. 2007. *Российская промышленность на перепутье. Что мешает нашим фирмам стать конкурентоспособными*. Доклад ГУ–ВШЭ о конкурентоспособности обрабатывающей промышленности России по результатам партнерского проекта со Всемирным банком при финансовой поддержке Министерства экономического развития и торговли Российской Федерации. М.: Издательский дом ГУ–ВШЭ.
- Гончар К. Р., Кузнецов Б. В. (ред.). 2008. *Российская промышленность на этапе роста: факторы конкурентоспособности фирм*. М.: Издательский дом ГУ–ВШЭ.
- Дайер Дж., Сингх Х. 2009. Отношенческий подход: кооперативная стратегия и источники межорганизационных конкурентных преимуществ. *Российский журнал менеджмента* 7 (3): 65–94.
- Дайер Дж. Х., Сингх Х., Кейл П. 2009. Дележ пирога: распределение ренты в альянсах и сетях. *Российский журнал менеджмента* 7 (3): 95–112.
- Долгопятова Т. Г., Ивасаки И., Яковлев А. А. (ред.) 2007. *Российская корпорация: внутренняя организация, внешние взаимодействия, перспективы развития*. М.: Издательский дом ГУ–ВШЭ.
- Долгопятова Т. Г., Ивасаки И., Яковлев А. А. 2009. Российский бизнес 20 лет спустя: путь от социалистического предприятия к рыночной фирме. *Мир России* (4): 89–114.

- Исследование и анализ состояния российской промышленности и разработка рекомендаций и предложений по выбору приоритетных направлений государственной экономической политики с целью обеспечения высоких и устойчивых темпов роста обрабатывающей промышленности в Российской Федерации. Доклад ГУ–ВШЭ по НИР (0402-19-08). 2009. М.: ГУ–ВШЭ.*
- Катъкало В. С. 2006. *Эволюция теории стратегического управления*. СПб.: Издат. дом С.-Петербур. гос. ун-та.
- Кротов К. В., Куш С. П., Смирнова М. М. 2008. Маркетинговый аспект управления взаимоотношениями в цепях поставок: результаты исследования российских компаний. *Российский журнал менеджмента* 6 (2): 3–26.
- Олейник А. Н. 2009. Доминирование как результат сочетания интересов: бизнес-стратегии в ритейле и цепях поставок. *Российский журнал менеджмента* 7 (3): 21–44.
- Паппэ Я. Ш., Галухина Я. С. 2009. *Российский крупный бизнес: первые 15 лет. Экономические хроники 1993–2008 гг.* М.: Издательский дом ГУ–ВШЭ.
- Портер М. Е. 2005а. *Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов*. Пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс.
- Портер М. Е. 2005б. *Конкурентное преимущество*. Пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс.
- Радаев В. В. 2008. Рынок как переплетение социальных сетей. *Российский журнал менеджмента* 6 (2): 47–54.
- Радаев В. В. 2009. Экономическая борьба и социальные связи: структура конкурентных отношений в новом российском ритейле. *Экономическая социология* 10 (1): 19–56.
- Уильямсон О. 1996. *Экономические институты капитализма. Фирмы, рынки, «отношенческая» контракция*. СПб.: Лен издат.
- Шаститко А. Е. 2009. Кластеры как дискретная институциональная альтернатива управления транзакциями. *Научные исследования экономического факультета. Электронный журнал* 1 (1): 26–43. <http://archive.econ.msu.ru/ext/lib/Category/x0b/xe3/3043/file/2-Shastitko.pdf>
- Abdel-Rahman H. M. 1994. Economies of scope in intermediate goods and a system of cities. *Regional Science and Urban Economics* 24 (4): 497–524.
- Abdel-Rahman H. M. 1996. When do cities specialize in production? *Regional Science and Urban Economics* 26 (1): 1–22.
- Anderson J. C., Narus J. A. 1990. A model of distributor firm and manufacturer firm working partnership. *Journal of Marketing* 54 (1): 42–58.
- Audretsch D. B., Feldman M. P. 1996. R&D spillovers and the geography of innovation and production. *American Economic Review* 86 (3): 630–640.
- Barney J. B. 1991. Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management* 17 (1): 99–120.
- Benton W. C., Maloni M. 2005. The influence of power driven buyer/seller relationships on supply chain satisfaction. *Journal of Operations Management* 23 (1): 1–22.
- Berliant M., Peng S., Wang P. 2002. Production externalities and urban configuration. *Journal of Economic Theory* 104 (2): 275–303.
- Blois K. J. 1972. Vertical quasi-integration. *Journal of Industrial Economics* 20 (3): 253–272.
- Bruno R. L., Bytchkova M., Estrin S. 2008. *Institutional Determinants of New Firm Entry in Russia: A Cross Regional Analysis*. IZA Discussion Paper No. 3724. <http://www.iza.org>
- Chung W., Kalnins A. 2001. Agglomeration effects and performance: A test of the Texas lodging industry. *Strategic Management Journal* 22 (10): 969–988.
- Corsten D., Kumar N. 2005. Do suppliers benefit from collaborative relationships with large retailers? An empirical investigation of efficient consumer response adoption. *Journal of Marketing* 69 (3): 80–94
- Czamanski S., Ablas L. A. 1979. Identification of industrial clusters and complexes:

- A comparison of methods and findings. *Urban Studies* **16** (1): 61–80.
- Davis D., Weinstein D. 1999. Economic geography and regional production structure: An empirical investigation. *European Economic Review* **43** (2): 379–407.
- Duranton G., Puga D. 2003. Microfoundations of urban agglomeration economies. In: Henderson J. V., Thisse J.-F. (eds.). *Handbook of Urban and Regional Economics*. Vol. 4. North-Holland.
- Dwyer F. R., Schurr P. H., Oh S. 1987. Developing buyer-seller relationships. *Journal of Marketing* **51** (2): 11–27.
- Dyer J. H., Singh H. 1998. The relational view: Cooperative strategy, sources of interorganizational competitive advantage. *Academy of Management Review* **23** (4): 660–679.
- Dyer J. H., Singh H., Kale P. 2008. Splitting the pie: Rent distribution in alliances and networks. *Managerial and Decision Economics* **29** (2–3): 137–148.
- Eccles R. G. 1981. The quasifirm in the construction industry. *Journal of Economic Behavior and Organization* **2** (4): 335–357.
- Halder G. 2002. *How Does Globalization Affect Local Production and Knowledge Systems? The Surgical Instrument Cluster of Tuttlingen, Germany*. INEF Report No. 57.
- Helsley R. W. 1990. Knowledge production in the CBD. *Journal of Urban Economics* **28** (3): 391–403.
- Helsley R., Strange W. C. 1990. Matching and agglomeration economies in a system of cities. *Regional Science and Urban Economics* **20** (2): 189–212.
- Helsley R., Strange W. C. 1991. Agglomeration economies and urban capital markets. *Journal of Urban Economics* **29** (1): 96–112.
- Holmes T. J. 1999. Localization of industry and vertical disintegration. *Review of Economics and Statistics* **81** (2): 314–325.
- Humphrey J. 2002. *Opportunities for SMEs in Developing Countries to Upgrade in a Global Economy*. SEED Working Paper No. 43.
- Innobarometer on Cluster's Role in Facilitating Innovation in Europe. *Analytical Report*. 2006. Flash Eurobarometer Report No. 187. The Gallup Organization.
- Jacobs D., De Man A. P. 1996. Clusters, industrial policy and firm strategy: A menu approach. *Technology Analysis and Strategic Management* **8** (4): 425–437.
- Jaffee J. 2003. Law firm office location and firm survival in Silicon Valley, 1969 to 1998. *Advances in Strategic Management* **20**: 341–376.
- Kalwani M. U., Narayandas N. 1995. Long-term manufacturer-supplier relationships: Do they pay off for supplier firms? *Journal of Marketing* **59** (1): 1–16.
- Krugman P. R. 1991. *Geography and Trade*. MIT Press: Cambridge, MA.
- Lucas R. E. J. 2001. Externalities and cities. *Review of Economic Dynamics* **4** (2): 245–274.
- Mohr J., Spekman R. 1994. Characteristics of partnership success: Partnership attributes, communication behavior, and conflict resolution techniques. *Strategic Management Journal* **15** (2): 135–152.
- Perrow C. 1993. Small firm networks. In: Swedberg R. (ed.). *Explorations in Economic Sociology*. Russell Sage Foundation: N. Y.; 377–402.
- Pfeffer J., Salancik G. R. 1978. *The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective*. Harper & Row: N. Y.
- Porter M. E. 1998. *The Competitive Advantage of Nations*. Free Press: N. Y.
- Powell W., Brantley P. 1992. Competitive cooperation in biotechnology: Learning through networks? In: Nohria N., Eccles R. (eds.). *Networks and Organizations: Structure, Form, and Action*. Harvard Business School Press: Boston, MA.
- Shaver J. M., Flyer F. 2000. Agglomeration economies, firm heterogeneity, and foreign direct investment in the United States. *Strategic Management Journal* **21** (12): 1175–1193.
- Simon C. J. 1988. Frictional unemployment and the role of industrial diversity. *Quarterly Journal of Economics* **103** (4): 715–728.
- Smith D., Florida R. 1994. Agglomeration and industry location: An econometric

- analysis of Japanese-affiliated manufacturing establishments in automotive-related industries. *Journal of Urban Economics* **36** (1): 23–41.
- Sørensen O., Audia P. G. 2000. The social structure of entrepreneurial activity: Geographic concentration of footwear production in the United States, 1940–1989. *American Journal of Sociology* **106** (2): 424–462.
- Teece D. J. 1980. Economies of scope and the scope of the enterprise. *Journal of Economic Behavior and Organization* **1** (3): 39–63.
- Venables A. 1996. Equilibrium locations of vertically linked industries. *International Economic Review* **37** (2): 341–359.
- Williamson O. E. 1975. *Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications*. Free Press: N. Y.

Статья поступила в редакцию
21 января 2010 г.