

УДК 330.34

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ИСТОЧНИКИ КЛАСТЕРНЫХ ЭФФЕКТОВ¹

Д. М. Казакова

Целью статьи является установление взаимосвязи между специфическими институтами кластера, снижающими транзакционные издержки взаимодействия между фирмами, и кластерными эффектами, способствующими извлечению дополнительных выгод от функционирования кластерной структуры. На основе анализа зарубежных и отечественных источников нами ранее были выделены шесть основополагающих институтов кластера — институты генерации инноваций, конкурентного сотрудничества, генерации знаний, коммуникации, защиты от оппортунизма и доверия и пять кластерных эффектов — эффект агломерации, обучения, инновационный, институциональный и синергетический эффекты, которые были представлены в иерархическом порядке их формирования. Было установлено, что агломерационный эффект является базовым эффектом кластеризации и не обусловлен функционированием институтов, эффект обучения сформирован действием институтов доверия, защиты от оппортунизма, коммуникаций и конкурентного сотрудничества, инновационный эффект складывается на базе институтов генерации знаний и инноваций, институциональный эффект обусловлен функционированием всех институтов кластера, а синергетический эффект сформирован действием всех эффектов кластера, представляя тем самым мультипликативный эффект от функционирования всех институтов и эффектов.

Ключевые слова: кластеры, кластерные эффекты, транзакционные издержки, институты кластера.

На сегодняшний день понятие «кластер» прочно вошло в оборот международных и отечественных экономических исследований и ассоциируется с конкурентоспособностью территорий, промышленной политикой и возникновением в рамках кластера ряда положительных эффектов. Однако помимо генерируемых эффектов кластерная форма организации предприятий позволяет снижать транзакционные издержки партнерских отношений в силу функционирующих специфических институтов. Таким образом, кластер выполняет двойную функцию — экономия на транзакционных издержках за счет «механизмов управления контрактными отношениями», т. е. институтами, и извлечение «квазиаренды» за счет создаваемых эффектов межфирменного взаимодействия. Целью настоящей статьи является установление взаимосвязи между этими двумя детерминантами кластера.

Ранее нами было установлено, какие институты формируют институциональную среду кластеров [5]. Кратко охарактеризуем их, обозначив факторы управляющего воздействия:

1) Институт генерации инноваций представляет собой механизм образования взаимосвязей между акторами на основе обмена и трансфера знаний, опыта по внедрению инноваций и риска внедрения инноваций.

2) Институт конкурентного сотрудничества представляет собой механизм образования взаимосвязей между акторами на основе схожих видов деятельности, совместно используемой инфраструктуры, обмена знаниями и технологиями, а также социального капитала.

3) Институт генерации знаний — механизм образования взаимосвязей между акторами на основе генерации результатов интеллектуальной деятельности, их организации, обмена, сбыта и мониторинга при наличии внешнего спроса со стороны потребителей данной продукции.

4) Институт коммуникации — механизм образования взаимосвязей между акторами на основе социального капитала, репутации, технического сопровождения и финансирования контактов с внешней средой кластера.

5) Институт доверия — механизм образования взаимосвязей между акторами на основе культурного единства, кредитоспособности, потенциала предприятия, коммуникации и исполнения контрактных обязательств.

6) Институт защиты от оппортунизма — механизм образования взаимосвязей между акторами на основе выполнения контрактных обязательств, доверия, репутации и готовности к обмену знаниями и опытом.

Представленные институты существуют и взаимодействуют параллельно друг с другом, образуя институциональную среду кластера. Некоторые из них являются более формальными (институт защиты от оппортунизма),

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке гранта РГНФ № 15-02-00158 «Институты управления транзакциями гибридных организаций».



Рис. 1. Пирамида институтов кластера

некоторые — менее формальными (институт доверия, институт коммуникации, институт знаний), ряд обладает общими параметрами, лежащими в основе их работы (институт конкурентного сотрудничества, институт инноваций). Тем не менее кооперация этих институтов и их «встроенность» в работу кластера позволяют структурировать их в иерархическом порядке с выделением ключевого параметра, лежащего в основе работы института.

Представленная пирамида институтов кластера (рис. 1) отображает порядок выстраивания взаимодействий между участниками кластера. Фундаментом этих взаимодействий является ментальность, или совпадение культурных ценностей (культурная гомогенность), т. е. норм, стереотипов мышления, бизнес-этики и т. д. Она является ядром, т. е. ключевой характеристикой межфирменных отношений, в отсутствие которой доверие не может быть выстроено. «Институционализированное» доверие ложится в основу следующего «пласта» межфирменных отношений — отношений по защите от оппортунизма. Этот институт, играя комплементарную роль в отношении базового института доверия, всё же является самостоятельной структурной единицей ввиду формализованного характера отношений между участниками кластера, которые скреплены договорными контрактными обязательствами. Выстраиваемый социальный капитал, представляющий собой отношения между участниками кластера на базе доверия, фундирует коммуникацию в кластере, которая стимули-

рует генерацию имплицитных и эксплицитных знаний. Генерация знаний составляет основу института генерации знаний, который, в свою очередь, продуцирует отношения обмена этих знаний, их трансфера между участниками кластера, который выступает центрирующим элементом института конкурентного сотрудничества. Обмен и трансфер знаний индуцируют генерацию новых инновационных продуктов, складывающуюся в рамках института инноваций. Таким образом, сформированная пирамида институтов приводит к практически значимому выводу — отношения доверия в кластере позволяют сгенерировать новый инновационный продукт.

Как отмечалось ранее, отличительной особенностью кластера является возникновение в его рамках ряда положительных эффектов, обеспечивающих сравнительные преимущества данной формы организации межфирменных взаимосвязей [4]. Эффекты кластера представляют собой результат работы соответствующих институтов, функционирующих в кластере. Эти эффекты были рассмотрены нами в [2]. Приведем кратко выделенные эффекты и факторы, лежащие в основе их формирования.

1) Агломерационный эффект, формирующийся за счет территориальной близости между участниками кластера и упрощающий доступ к рынку труда и капитала, технологиям, информационным потокам ввиду низких трансакционных и трансформационных издержек, а также способствующий созданию доверительных отношений между фирмами кластера.

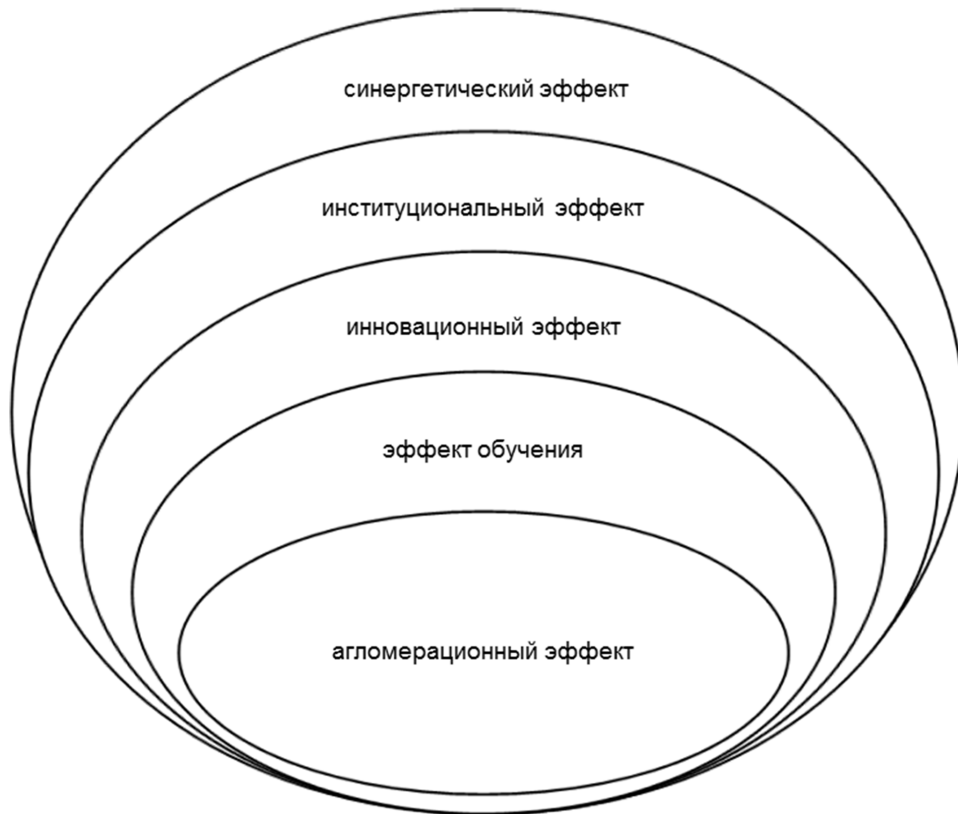


Рис. 2. Взаимосвязь эффектов кластеризации

2) Эффект обучения, благоприятствующий аккумуляции и трансферу явных и неявных научных знаний, генерации инновационных знаний за счет географической близости и доверительных отношений между участниками кластера.

3) Инновационный эффект, формируемый на базе аккумуляции научного потенциала, а также географической близости сторон, позволяет создать новый востребованный инновационный продукт.

4) Институциональный эффект, выстроенный на базе социального капитала, стимулирующий трансфер знаний, развитие конкуренции и инновационной активности

5) Синергетический эффект — кратный эффект, полученный благодаря слиянию отдельных составляющих — территориальной близости, инновационной активности, трансфера знаний и социального капитала — в единую систему для достижения большей результативности в рамках кластера.

Все вышеназванные эффекты — агломерационный, эффект обучения, инновационный, институциональный и синергетический — структурированы на рисунке 2.

Представленная взаимосвязь позволяет сделать вывод о том, что эффекты кластеризации дополняют друг друга, формируя единый пласт

экономических и социальных отношений в рамках кластера. Агломерационный эффект, базирующийся на пространственной близости участников кластера, благоприятствует аккумуляции и трансферу явных и неявных научных знаний и, как следствие, определяет возникновение эффекта обучения. Эффект обучения, формируемый на основе аккумуляции научных знаний и созданных доверительных отношений между участниками кластера, генерирует инновационный эффект, позволяющий создать новый инновационный продукт. Институциональный эффект, базирующийся на социальном капитале, стимулирует трансфер знаний, развитие конкуренции и инновационной активности. Все эти эффекты порождают эффект синергии, позволяющий развивать конкурентоспособность кластера.

Имея в наличии иерархию институтов и последовательность формирования эффектов в кластере, предположим, как эти две структуры могут быть связаны между собой.

О значимости агломерационного эффекта было известно еще с середины XIX века благодаря пионерным исследованиям Тюнина, Лаунхарда и Вебера, изучавших взаимосвязь между географическим расположением предприятий и факторами, влияющими на него, — рынками сбыта, источниками сырья, рабочей

силой и т. д. [1]. Эмпирическое доказательство зависимости производительности фирм от их пространственного размещения и близости к экономическим агентам последовало в работе А. Маршалла «Принципы экономической науки» [3]. Впоследствии эта идея легла в основу разрабатываемой теории промышленных районов, сущность которой заключалась в том, что предприятие получает экономические выгоды ввиду наличествующих агломерационных эффектов, связанных с оптимальным географическим расположением вблизи других экономических агентов, а также источников сырья [7]. Таким образом, мы можем говорить о том, что агломерационный эффект, сформированный исключительно благодаря географической близости предприятий, является базовым эффектом кластеризации и потому не обусловлен работой специфических институтов кластера [9, 10].

Далее рассмотрим эффект обучения. В основе его возникновения лежит уже не территориальная близость предприятий, а так называемая «отношенческая близость», трактуемая как совокупность измерений, включающих четыре категории: когнитивную, организационную, институциональную и социальную близость [6]. Под когнитивной близостью понимаются схожие знания, распределяемые в системе между акторами; под организационной близостью — отношения внутри организации или между организациями на основе общих знаний; институциональная близость представлена на макроуровне и регулируется набором формальных (законов и предписаний) и неформальных (привычки, рутины) механизмов, социальная близость встроена в микроуровень отношений и скрепляется дружескими и родственными отношениями. Таким образом, отношенческая близость формируется под действием четырех институтов — института доверия, защиты от оппортунизма, конкурентного сотрудничества и коммуникации и благоприятствует аккумуляции знаний и их трансферу между участниками кластера, тем самым способствуя возникновению эффекта обучения.

Поскольку накопленные явные и неявные знания стимулируют инновационную активность в кластере, что выражается в том, что эффект обучения продуцирует инновационный эффект, то представляется важным понять, какими механизмами, т. е. институтами, вызван данный эффект. Кластер обеспечивает приток инвестиций, создающих научно-техническую базу для генерации инновационного продукта.

Эти инвестиции могут поступать как от фирм из родственных отраслей промышленности, так и от поставщиков, потребителей и научно-исследовательских организаций. Таким образом, кластер создает инновации на основе научной базы, накопленных знаний и опыта и выделяемого финансирования, а также способности оценивать риск создания новых продуктов. Указанные факторы воздействия формируют институты знаний и генерации инноваций, следовательно, инновационный эффект складывается на основе функционирования этих институтов.

В фундаменте институционального эффекта лежит социальный капитал — способность индивидов распоряжаться ограниченными ресурсами на основании своего членства в определенной социальной сети или более широкой социальной структуре. Способность к накоплению социального капитала не является индивидуальной характеристикой личности, она является особенностью той сети отношений, которую выстраивает индивид. Таким образом, социальный капитал — продукт включенности человека в социальную структуру [8]. Иными словами, социальный капитал обуславливает более высокие выгоды от кооперативного поведения по сравнению с индивидуальными действиями. Таким образом, функция социального капитала заключается в поддержке развития кластера. Поскольку в основе социального капитала лежит отношенческая близость, генерирующая в итоге трансфер знаний и продуцирование инноваций, то мы можем предположить, что институциональный эффект создается всей пирамидой институтов, т. е. от института доверия до института инноваций.

Что касается синергетического эффекта, то он формируется уже не вследствие действия институтов, но за счет «продуктов» этих институтов — агломерационного, эффекта обучения, инновационного и институционального эффектов, представляя тем самым мультипликативный эффект от функционирования всех институтов и эффектов.

Таким образом, выявленные взаимосвязи между институтами и эффектами в кластере свидетельствуют в пользу того факта, что результат работы кластера обусловлен функционированием институтов кластера, что, в свою очередь, позволяет сделать вывод о необходимости выстраивания четких алгоритмов взаимодействия между предприятиями не только с целью минимизации транзакционных издержек, но и извлечения дополнительных выгод от кластерной формы взаимодействия компаний.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Вебер А. О размещении промышленности. — М., 1980.
2. Казакова Д. М., Симонова В. Л. Кластерные эффекты межфирменного взаимодействия // Журнал экономической теории. — 2015 — № 2. — С. 125–129.
3. Маршалл А. Принципы экономической теории — М.: Издат. группа «Прогресс», 1993.
4. Мингалева Ж., Ткачева С. Кластеры и формирование структуры региона // Мировая экономика и международные отношения. — 2009. — № 5. — С. 100–102.
5. Попов Е. В., Симонова В. Л., Казакова Д. М. Управление развитием институтов кластерных образований // Вестник Пермского университета. Сер. «Экономика» = Perm University Herald. Economy. — 2016 — № 1(28). — С. 68–78.
6. Boschma R. Proximity and Innovation: A Critical Assessment // Regional Studies. — 2005. — Vol. 1. — P. 61–74.
7. Ketels C. The Development of the cluster concept — present experiences and further developments// NRW conference on clusters. — Duisburg, Germany, 2003. — P. 1–25.
8. Portes A. Economic Sociology and the Sociology of Immigration: A Conceptual Overview // The Economic Sociology of Immigration: Essays on Networks, Ethnicity, and Entrepreneurship / Ed. by Alejandro Portes. — New York: Russell Sage Foundation, 1995. — P. 1–43.
9. Torre A., Gilly J.-P. On the Analytical Dimension of Proximity Dynamic // Regional Studies — 2000. — Vol. 2. — P. 169–180.
10. Torre A., Rallet A. Proximity and Localization // Regional Studies. — 2005. — Vol. 1. — P. 47–60.