

УДК 332.14
ББК 65.01

Т.Ю. Кудрявцева

КЛАСТЕР КАК ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ ФОРМА ОРГАНИЗАЦИИ РЫНКА*

Рассматриваются фундаментальные вопросы, касающиеся промышленных кластеров, на основе постулата о том, что рынки организуются так, чтобы эффективно осуществлять определенные виды экономической деятельности. Доказывается гипотеза, что пространственное расположение промышленных кластеров является сутью рынка, организованного особенно целесообразным способом. Многие конкурирующие научные школы, изучающие промышленные кластеры, имеют, по крайней мере, одну общую черту: все они согласны с тем, что кластеры представляют собой явления реальной жизни, характеризующиеся совместной локализацией отдельных экономических субъектов, которые в некотором смысле связаны между собой, но не объединены какой-либо общей собственностью или управлением, поэтому они не являются иерархическими структурами. Таким образом, кластер является одной из таких специфических рыночных организаций, структурированных по территориальным линиям, поскольку это позволяет создать набор институтов, приносящих пользу для определенных видов экономической деятельности, а именно отраслей, имеющих высокую степень неопределенности и развитые социальные институты. Институты, характерные для данной формы рынка, помогают создать среди участников кластера среду, которая уменьшает препятствия для приобретения и использования знаний, созданных или используемых локально.

Ключевые слова:

кластерная организация рынка, кластерная экономика, промышленные кластеры, сетевая организация рынка.

Кудрявцева Т.Ю. Кластер как институциональная форма организации рынка // Общество. Среда. Развитие. – 2018, № 3. – С. 3–9.

© Кудрявцева Татьяна Юрьевна – кандидат экономических наук, доцент, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург; e-mail: tankud28@mail.ru

Существует много конкурирующих научных школ, изучающих промышленные кластеры, но все они сходятся в том, что это явление характеризуется совместной локализацией отдельных экономических субъектов, которые в некотором смысле связаны между собой, но не объединены какой-либо общей собственностью или управлением. Несмотря на данное единство, пока не появилось общего понимания относительно первостепенной причины, по которой отдельные сущности локализовались вместе, что заставило их связываться вместе, каковы могут быть последствия и, на более фундаментальном уровне, почему это вообще имеет значение.

В данном исследовании рассматриваются фундаментальные вопросы, касающиеся промышленных кластеров, и утверждается, что рынки организуются так, чтобы эффективно осуществлять определенные виды экономической деятельности, выдвигается предположение, что пространственное расположение промышленных кластеров является сутью рынка, организованного особенно целесообразным способом.

1. Сущность понятий «фирмы» и «рынки»

Фирмы и рынки – так часто используемые и настолько знакомые большинству из нас понятия, которые тесно связаны с

* Статья подготовлена при поддержке Министерства науки и образования Российской Федерации (проект № 26.6446.2017/БЧ).

4 | современной, глобализирующейся, основанной на знаниях рыночной экономикой, что мы иногда склонны забывать о том, что они являются социальными инновациями, созданными независимо друг от друга столетия назад, и только недавно объединенными вместе. Рынки, по-видимому, появились, не менее трех тысяч лет назад в качестве временных мест обмена продуктами между людьми (семьями, кланами), но только в течение последних двух веков они были институционализированы и стали регулироваться с явной целью усиления конкуренции. Существование рынка в его современном смысле вовсе не является самоочевидным, как полагает Уильямсон [22]. Напротив, современные рынки являются результатом точного расчета и сознательных усилий в сочетании с менее рационально планируемыми инновациями. Даже самая короткая транзакция между партнерами, «на расстоянии вытянутой руки», обычно осуществляется на рынках, которые в настоящее время стали сильно институционализированными.

Фирмы появились намного позже рынков. Слово «фирма» было впервые упомянуто в 1574 году как производное от *firmare*, что означает «скреплять подписью». Однако, судя по всему, адвокат Синиальд Фиески, в 1243 году ставший Папой Иннокентием IV, первым использовал фразу *persona ficta* при назначении прав и обязательств в отношении строго фиктивной сущности. Тем самым он включил в римское право идею о том, что права собственности могут выполняться, активы собираться, капиталы накапливаться и договоры подписываться чисто юридическими лицами с ограниченной ответственностью и бесконечным временем жизни [17]. Последующее распространение данной юридической инновации – а это, безусловно, была инновация – имело судьбоносные последствия для возникновения капитализма, поскольку фирма постепенно стала основным инструментом и организационной формой координации для всей большей доли экономической деятельности, осуществляемой отдельными членами общества.

Современные фирмы, ищущие ренты, обмениваются планами и идеями, а также наборами товаров, на рынках, которые обеспечивают институциональные рамки – или условия – для подобных событий координации и обмена. Это определение рынков шире, чем определение, принятое в обычной экономической науке, где взаимодействие на рынке состоит из событий

обмена, в которых ценовые сигналы являются единственным источником информации для фирм-участниц. Лоасби, среди прочих, утверждает, что рынки, как институциональные рамки, где происходят события обмена, не могут быть достоверно сведены к стандартной теории цен [15]. Боулз подчеркивает, что рынки делают гораздо больше, чем просто размещают товары и услуги [9].

Границы между сферой рынка и сферой фирмы оставались нечеткими до лета 1932 года, когда Рональд Коуз, впоследствии получивший Нобелевскую премию, не выяснил, почему люди иногда предпочитают использовать свои навыки в рамках трудового договора, а не как свободные предприниматели. Ответ, найденный Коузом, заключался в том, что при использовании ценового механизма рынка существуют издержки, и эти издержки – впоследствии они стали известны как «транзакционные издержки» [10] – иногда превышают затраты на организацию работы под единым руководством в рамках фирмы.

Полученные Коузом результаты вылились в постоянно растущий интерес к тому, чтобы точно определить, какие виды деятельности фирма может выгодно объединить в рамках своих управленческих полномочий, а какие лучше всего оставлять другим и приобретать на рынке. Хотя за последние десятилетия вопросы о том, что производить, а что покупать, стали, вероятно, наиболее изученными явлениями в экономике, гораздо меньше внимания уделяется сопутствующему вопросу о том, как виды деятельности, распределенные между фирмами, впоследствии объединяются, чтобы создать что-то полезное.

Данное исследование будет ограничено вопросом о том, как фирмы максимизируют выгоды от внешних отношений и, в частности, как фирмы с помощью рыночных отношений: а) становятся более осведомленными о существующих и будущих возможностях и потребностях и трансформируют эти знания в инновации продуктов и процессов (создание знаний); а также б) компенсируют колебания спроса и предложения, что помогает обеспечивать эффективное использование ресурсов, которые каждая фирма вкладывает в производство (ресурсоэффективность) [4; 20].

Хотя рыночные отношения предоставляют возможности для создания знаний и компенсации колебаний, эти выгоды могут быть нивелированы транзакционными издержками. К таким издержкам относятся затраты, связанные с координаци-

рованием стимулов и планов, т.е. поисковые и информационные затраты, которые несет фирма до выявления любого потенциального делового партнера; затраты на переговоры и принятие решения перед совершением сделки; и затраты на контроль и правоприменение для фактического получения того, что было указано в договоре. Они также включают коммуникативные издержки, связанные с когнитивной дистанцией, т.е. издержки, возникающие из-за недопонимания между фирмами с разными мировоззрениями или ожиданиями, или издержки по уменьшению таких когнитивных различий путем переговоров и обмена информацией [19].

Для максимизации одного или обоих преимуществ рыночных отношений, при этом сохраняя трансакционные издержки на низком уровне, фирмы участвуют в создании институтов, они организуют рынок. Форму рыночной организации, при прочих равных условиях, они выбирают в зависимости от параметров индустрии, в которой они работают [5; 14].

Фирмы, которые работают на определенных рынках, особенно со стандартными товарами, предпочитают свободу спот-транзакций, выбирая для каждой закупки разных партнеров на основе конкурсных торгов. Однако во многих других случаях фирмы обнаруживают, что можно получить больше, если единичные события будут заменены полностью или частично обязательствами повторных транзакций. В конечном итоге фирмы, как правило, выбирают между двумя типичными стратегиями: когда их набор клиентов, поставщиков и продуктов достаточно стабилен, они участвуют в создании сети, но если это не так, они образуют кластеры. Таким образом, выбор зависит от степени ожидаемой стабильности, которая, в свою очередь, отражает колебания неопределенности в отрасли в отношении непредвиденных изменений технологий, спроса и предложения. Независимо от того, какая стратегия была выбрана, отход от взаимодействий на спот-рынке приводит к структурированию рынка на «они» и «мы». Фирмы становятся «инсайдерами», вкладывая средства в строительство или в присоединение к сетям в случаях относительно низкой неопределенности в отрасли, либо в создание кластеров в случаях относительно высокой неопределенности в отрасли [3].

Рассмотрим данный процесс образование сетей или кластеров, и связанные с ним преимущества.

2. Организация рынков посредством строительства сети

Если, и только если группа партнеров является достаточно стабильной, фирмы могут надеяться извлечь выгоду из сетевой стратегии. Инициирование «диадических» отношений со стабильным набором партнеров может снизить трансакционные издержки до такой степени, когда выгоды превышают затраты при попытке достичь создания знаний и/или ресурсоэффективности.

В случае успеха подобные диадические отношения усиливаются, поскольку обе стороны вносят вклад в укрепление двусторонних связей и расширяют сферу их охвата, чтобы использовать несколько уровней (или все уровни) этих двух организаций. Каждая новая созданная связь, каждый новый опыт работы с партнером и каждый новый введенный порядок и метод способствуют будущему обмену и облегчают взаимодействие. Благодаря непрерывному взаимодействию и обмену информацией постепенно устраняются прежние недопонимания и подозрения, и взаимодействие может охватывать еще более широкий диапазон планирования и совместного создания знаний. Шаг за шагом когнитивная дистанция уменьшается по мере того, как появляющиеся «кодексы» – общие языки и способы коммунитирования и понимания информации – повышают когнитивные способности фирм для координирования деятельности и планов или обмена знаниями, даже в неявном виде. Со временем повторяющиеся взаимодействия также могут привести к постепенному осознанию их достаточной важности для общей конкурентоспособности вовлеченных фирм [16].

Как только доля реляционных (связанных с отношениями) невозмещаемых издержек становится достаточно большой, происходит качественное изменение, поскольку возможности для беспринципного поведения становятся ничтожно малыми. Реляционные невозмещаемые издержки – это инвестиции, которые нельзя вернуть даже частично, если инвестиционная фирма решает разорвать отношения. Высокие издержки выхода ограничивают беспринципное поведение и выступают в качестве гарантий для обмена.

Как пронизательно заметил Грановеттер, оппортунистическое поведение предотвращается, потому что умные институциональные механизмы делают участие в них слишком затратным, и эти механизмы теперь рассматриваются как способ пре-

6 | пятствовать такому поведению. Однако они не создают доверия, а являются его функциональной заменой.

Таким образом, доверие будет характеризовать отношения между бизнес-фирмами, когда каждая из них уверена, что текущая ценность всех обозримых будущих обменов будет превышать возможные выгоды от нарушения отношений. Чем больше невозмещаемые издержки, тем выше уверенность и доверие. Доверие является невероятно эффективным элементом экономического обмена, снижающим трение взаимодействия, сотрудничества или обмена. Риски неэффективного использования ресурсов уменьшаются, когда поступает важная информация об изменении спроса и предложения. Разделение рисков особенно важно, когда фирмы сталкиваются с необходимостью совершать «большие скачки» в новых областях бизнеса, либо когда требуется поменять установившиеся методы ведения бизнеса. Совместное движение вперед путем разделения рисков также делает безопасным инвестирование в процедуры или технологии, ещё не признанные остальными. Можно разрабатывать новые рынки и находить новые решения, если компании обмениваются информацией не опасаясь, что они могут никогда не получить свою долю потенциальной прибыли [12].

Одним из важных последствий высоких уровней реляционных невозмещаемых издержек является тот факт, что поток знаний между двумя деловыми партнерами не должен быть строго обоюдным, или происходить точно в одно и то же время. Общий обмен знаниями усиливается и углубляется, когда деловые партнеры полагают, что некоторые знания, предлагаемые бесплатно сегодня, будут оплачены тем или иным образом в какой-то более поздний момент [1].

Сети могут вырастать из диад, чтобы охватить все большее число партнеров. Используя инвестиции в уже существующие отношения как каналы для новых партнеров (твой друг – это мой друг), при расширении своей бизнес-сети фирмы успешно минимизируют поисковые издержки, а также другие трансакционные издержки. Из-за риска в случае неправильных действий разорвать тщательно выстроенные связи со своими близкими деловыми партнерами, участники расширяющейся сети поставлены в ситуацию, когда любое нарушение доверия настолько строго наказывается, что, по сути, злоупотребление становится невозможным.

На глобальном независимом спотовом рынке стандартных товаров, где все клиенты и все поставщики могут быть легко заменены, неудовлетворенный клиент не имеет возможности оповестить всех потенциальных будущих покупателей, поэтому беспринципное поведение может продолжаться бесконечно. Но в бизнес-сети это не так, здесь любое такое неправильное поведение скоро будет известно всем. Коллективное понимание данного механизма позволяет снизить трансакционные издержки при одновременном повышении эффективности использования ресурсов и обмене знаниями в мере, которой не сможет достичь ни один посторонний игрок.

Многие из преимуществ сетей также могут использоваться и несетевыми фирмами, для этого можно применять другую форму организации рынка: кластер.

3. Организация рынков при помощи формирования кластера

Неопределенность в отрасли подразумевает, что не все отрасли характеризуются достаточно стабильными наборами поставщиков, клиентов и продуктов. При высоких уровнях неопределенности у фирм нет никакого смысла заниматься сетевым строительством с теми, кто завтра станет вчерашними партнерами. Вместо этого в таких обстоятельствах фирмы склонны выбирать стратегию участия в кластере [6]. Внутри кластера структурирование рынков обычно происходит с участием большего числа фирм-«инсайдеров» и на более широком уровне, чем если бы они были встроены в бизнес-сеть. Расширенный набор «инсайдеров» с их собственными возможностями и ресурсами позволяет экспериментировать, дает гибкость и возможность использовать меняющиеся комбинации партнеров, без полного бремени трансакционных издержек спотовых рынков.

Фирмы, выбирающие стратегии совместной локализации, участвуют в создании сообществ с общим доступом к институтам как в сетях, но кластерные институты часто ограничены по охвату (обычно применимы только к фирмам в одной или нескольких смежных отраслях) и всегда ограничены в пространстве (обычно расположены только на местном или региональном уровне).

Если в отрасли преобладает неопределенность, и фирмам необходимо регулярно переопределять жизненно важные аспекты своего продукта, проектные отношения становятся стандартной формой взаимодействия. Это, например, справедливо

для отраслей, где характерно прерывистое производство (например, строительство), весьма нестабильные потребительские вкусы (например, мода, кино, музыка) или кастомизация (реклама, консультации и т.д.), когда фирмы создают проекты для поиска решений в соответствии с конкретными требованиями клиента в заданный период времени [11].

В отраслях с меньшей неопределенностью рынка, в диапазоне от умеренной до высокой, фирмам часто приходится расширять или сокращать выпуск продукции или корректировать ассортимент своей продукции для обеспечения разнообразия. В таких отраслях стандартной формой взаимодействия являются гибкие отношения, в которых партнеры могут быть найдены или отвергнуты в соответствии с текущей рыночной ситуацией. Полученная в результате свобода выбора партнеров способствует повышению эффективности использования ресурсов в условиях неопределенности в отрасли и имеет решающее значение для конкурентоспособности и выживания особенно небольших фирм в условиях волатильного рынка и необходимости постоянных изменений. Вдоль вертикальной оси цепочки добавленной стоимости кластерные фирмы реагируют на изменения спроса на рынке, переключаясь между специализированными поставщиками и иногда используя нового специализированного поставщика для разовой поставки. Вдоль горизонтальной оси фирмы могут также компенсировать колебания объема спроса, передавая задачи в случае чрезмерного спроса и осуществляя поставки другим в периоды низкого спроса, именно потому, что они основаны на социальных чертах, а не на специфических инвестициях, ориентированных на конкретных партнеров, и на диадическом обмене информацией, что характерно для сетей.

Кластер также обеспечивает среду, которая ограничивает затраты и риски, связанные с созданием новых фирм посредством перемещения или выделения [2]. Начав деятельность, близкую к той, что уже осуществляется в кластере, новые фирмы могут пропустить обременительный и дорогостоящий процесс сбора большого количества косвенных знаний о бизнес-среде, которая была бы важна вне кластера: «Если это работает для моего соседа, почему бы этому не работать для меня?». Благоприятная бизнес-среда включает рынок труда с достаточным предложением наиболее подходящих специалистов

(нанимаемых при предоставлении конкурентоспособной заработной платы), компетентный рынок капитала в лице управляющих банков, знающих расположенный рядом бизнес, либо в лице особенно опытных венчурных капиталовкладчиков или «бизнес-ангелов», а также готовый доступ к поставщикам с возможностью привлечения клиентов (часто при поддержке кластерного брендинга или эффекта репутации) и поддерживающую инфраструктуру и институциональное обеспечение.

Поскольку участие в проектах и гибкие отношения исходят от разных фирм, которые лишь временно работают вместе, у них мало стимулов и мало времени для разработки механизмов координации, которые возникают в стабильных бизнес-сетях. Однако обширная кластеризация фирм и людей способствует созданию «слабых связей», которые снижают информационные затраты для «инсайдеров» кластера, распространяя информацию посредством встреч, сплетен и прямых наблюдений. Со временем кластеризация начинает обеспечивать когнитивное выравнивание, т.е. «социальные кодексы» совместной социальной культуры, включая коллективные убеждения, ценности, конвенции и язык, которые значительно помогают фирмам в получении и понимании информации. Кластеризация также может способствовать полезному коллективному институту социального доверия (общая готовность доверять другим «инсайдерам»), которое усиливается многочисленной информацией и необходимостью поддерживать высокую репутацию надежности, чтобы оставаться «инсайдером» [8].

4. Сравнительная характеристика сетевой и кластерной организации рынка

Значительный обмен и создание знаний в кластере будут следовать за рыночными отношениями вдоль вертикального измерения кластера либо через внешние «магистраль», но, возможно, большая часть приходится на горизонтальное измерение кластеров, состоящее из фирм с аналогичными возможностями, чье функционирование похоже на параллельную обработку задач. Фирмам, столкнувшимся с превосходящей производительностью удаленных конкурентов легко обвинять в недостатках местные или национальные рыночные факторы, но когда производитель премиум-класса находится на соседней улице, сделать это становится невозможно. С помощью наблюдений, обсуждений и сравнений разнородных решений,

8 кластерные фирмы вовлекаются в процесс непрерывных улучшений, от которых зависит их выживание. Перспективные направления, обнаруженные одной фирмой, становятся доступными для других, даже не попадая в сферу общественного достояния [18]. В табл. 1 представлена сравнительная характеристика кластерной и сетевой организации рынка.

Таблица 1

Сравнительная характеристика кластерной и сетевой организации рынка

Сетевая организация рынка	Кластерная организация рынка
Институциональное соглашение	Институциональное окружение
Фирмы как акционеры	Фирмы как игроки
Сильные связи	Слабые связи
Клубные институты	Социальные институты
Доверие, невозмещаемые издержки	Социальное доверие, репутация
Кодексы	Социальные кодексы

Таким образом, многие конкурирующие научные школы, изучающие промышленные кластеры, имеют по крайней мере одну общую черту: все они согласны с тем, что кластеры представляют собой явления реальной жизни, характеризующиеся совместной локализацией отдельных экономических субъектов, которые в некотором смысле связаны между собой, но не объединены какой-либо общей собственностью или управлением, поэтому они не являются иерархическими структурами.

Тем не менее, обычно считается само собой разумеющимся, что кластеры, почти независимо от того, как они определены, исключают «раздутую середину» различных гибридных «форм долгосрочных контрактов, взаимной торговли, регулирования, франчайзинга и тому подобного, находясь где-то между иерархиями и рынками. Возможно, это фундаментальное предположение было бы справедливо, если бы рынки можно было свести к обмену имущественными правами, между «большим количеством ценополучающих анонимных покупателей и продавцов, обладающих идеальной информацией», как их обычно представляют в обычной экономике. Изначально неоклассическая теория цен привлекала к себе внимание в том числе и тем, что она обещала способ анализа экономики в целом и рыночного обмена, в частности, независимо от конкретных институциональных установок.

Однако, введение понятия транзакционных издержек, которые являются не просто вознаграждением для посредников, неизбежно приводит к появлению сравнительного институционального анализа и к восприятию рынков как институтов со своими специфическими характеристиками. Некоторые наборы характеристик настолько распространены, что они представляют собой определенную организацию рынка или форму рынка. Кластер является одной из таких специфических рыночных организаций, структурированных по территориальным линиям, поскольку это позволяет создать набор институтов, приносящих пользу для определенных видов экономической деятельности.

Основные результаты исследования систематизированы в табл. 2.

Таблица 2

Сравнительные преимущества рыночной организации

Условия в отрасли Экономические выгоды	Высокая степень неопределенности	Низкая или средняя степень неопределенности
Создание знаний	Кластеры проектных отношений	Сети
Ресурсоэффективность	Кластеры гибких отношений	

Заключение

Кластеры – это рынки, на которых товары, услуги и знания торгуются особенно эффективным образом среди инсайдеров, не ограничивая их возможности строить магистрали и взаимодействовать с поставщиками и заказчиками, расположенными в других местах. Институты, характерные для данной формы рынка, помогают создать среди инсайдеров среду, которая уменьшает препятствия для приобретения и использования знаний, созданных или используемых локально.

В результате проведенного исследования кластера как формы организации рынка можно сделать следующие выводы:

1) рынки организуются фирмами, стремящимися сократить транзакционные издержки с целью увеличения выгоды их рыночных отношений, в частности это касается создания знаний и ресурсоэффективности;

2) фирмы склонны выбирать создание сети, если набор основных поставщиков и клиентов является достаточно стабильным, в ином случае фирмы выбирают стратегии совместно локализованных кластеров;

3) кластеризация снижает риски волатильности спроса, так как позволяет устанавливать более стабильные отношения с контрагентами;

4) существуют две основные причины создания кластеров: экономическая деятельность в рамках проектных экспериментов, где кластеры представляют собой организацию конкурентного рынка для создания знаний в условиях неопределенного спроса, и деятельность на крайне волатильных и непредсказуемых рынках,

где кластеризация может обеспечить форму конкурентного рынка для повышения ресурсоэффективности посредством гибкости и адаптивности.

5) кластерные институты могут повышать эффективность создания и передачи знаний между фирмами при взаимодействии с поставщиками и клиентами по вертикальной цепочке создания стоимости; а также в горизонтальном измерении, путем обучения среди соперников и конкурентов.

Список литературы:

- [1] Кассюра Е.В. Маркетинговые стратегии управления спросом на инновационную продукцию в цепочке создания потребительской ценности / Дисс. ... канд. экон. наук. – СПб., 2017. – 201 с.
- [2] Куценко Е.С. Кластеры в экономике // *Обозреватель–Observer*. – 2010, № 3. – С. 99–110.
- [3] Родионов Д.Г., Афанасов А.Ю., Горовой А.А. Зарубежный опыт формирования и реализации региональной кластерной политики // *Мир экономики и права*. – 2014, № 6. – С. 4–16.
- [4] Родионов Д.Г., Афанасов А.Ю., Горовой А.А. Региональная кластерная политика в контексте управления развитием региональной экономики // *Мир экономики и права*. – 2014, № 4–5. – С. 18–30.
- [5] Родионов Д.Г., Афанасов А.Ю., Горовой А.А. Роль региональной кластерной политики в обеспечении процессов инновационной модернизации российской социально-экономической системы // *Мир экономики и права*. – 2014, № 3. – С. 38–42.
- [6] Харламова Т.Л. Инновационно-сетевая форма развития кластеров мегаполиса // *Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки*. – 2012, № 1 (139). – С. 80–86.
- [7] Bathelt H., Malmberg A., Maskell P. Clusters and knowledge: local buzz, global pipelines and the process of knowledge creation // *Progress in human geography*. V. 28. – 2004, № 1. – P. 31–56.
- [8] Bellandi M., De Propriis L., Santini E. Endogenous Rerouting and Longevity in Systemic Organisations of Production // *Agglomeration and Firm Performance*. – Springer, Cham, 2018. – P. 207–221.
- [9] Bowles S. Endogenous preferences: The cultural consequences of markets and other economic institutions // *Journal of economic literature*. V. 36. – 1998, № 1. – P. 75–111.
- [10] Coase R.H. The institutional structure of production // *The American Economic Review*. V. 82. – 1992, № 4. – P. 713–719.
- [11] Davies A., Brady T. Organisational capabilities and learning in complex product systems: towards repeatable solutions // *Research policy*. V. 29. – 2000, № 7–8. – P. 931–953.
- [12] Field J. *Social capital*. – Routledge, 2016.
- [13] Hennart J.F., Park Y.R. Greenfield vs. acquisition: The strategy of Japanese investors in the United States // *Management science*. V. 39. – 1993, № 9. – P. 1054–1070.
- [14] Kudryavtseva T., Rodionov D., Kravchenko V., Maryta V. Special economic zones as an instrument of industrial policy pharmaceutical clusters in Russia // *Proceedings of the 28th International Business Information Management Association Conference – Vision 2020: Innovation Management, Development Sustainability, and Competitive Economic Growth*. – 2016. – P. 1008–1018.
- [15] Loasby B.J. Organisational capabilities and interfirm relations // *Metroeconomica*. V. 45. – 1994, № 3. – P. 248–265.
- [16] Lundvall B., Gregerson B., Johnson B., Lorenz E. *Innovation System and Economic Development*. – Aalborg University, University of Nice. – 2011, June. – P. 2.
- [17] Maskell P. The theory of the firm in economic geography: or why all theories of the firm are not equally well suited for application within the conversation on space // *Economic Geography*. – 2001, № 77(4). – P. 329–344.
- [18] Pande P.C., Mansfield T.A. Responses of winter barley to SO₂ and NO₂ alone and in combination // *Environmental Pollution Series A, Ecological and Biological*. V. 39. – 1985, № 3. – P. 281–291.
- [19] Popov E.V., Simonova V.L., Kazakova D. M. Investigation of Institutional Clustering: Empirical Evidence 1 // *Montenegrin Journal of Economics*. V. 12. – 2016, № 1. – P. 65.
- [20] Rodionov D.G., Kudryavtseva T.J. Factors of the effective development of the St. Petersburg instrument engineering cluster // *International Journal of Economics and Financial Issues*. V. 6. – 2016, № 2S. – P. 298–306.
- [21] Timsit J.P. et al. The effect of market-pull vs. resource-push orientation on performance when entering new markets // *Journal of Business Research*. V. 68. – 2015, № 9. – P. 2005–2014.
- [22] Williamson O.E. *Contract, Governance and Transaction Cost Economics*. – New Jersey: World Scientific, 2017. – 207 p.