

Губайдуллина Ф. С., докт. экон. наук, Уральский федеральный университет, г. Екатеринбург, g-farida@yandex.ru

МИКРОЭКОНОМИКА КЛАСТЕРА (НА ПРИМЕРЕ ПРОМЫШЛЕННЫХ ОКРУГОВ ТРЕТЬЕЙ ИТАЛИИ)



Взаимоотношения между предприятиями внутри кластера раскрывают источники эффективности и конкурентоспособности этой формы территориальной организации производства. В данной статье на примере Италии проводится исследование опыта в сфере формирования кластеров малого и среднего бизнеса, где кластеризация стала дополнительным источником повышения конкурентоспособности малых фирм. Изучение такого международного опыта полезно для России, в которой значение малого и среднего предпринимательства для экономики пока недооценено.

Ключевые слова: промышленные округа, кластеры, Третья Италия, конкуренция, внешняя экономия, распространение инноваций, малые и средние предприятия, субконтрактинг.

Введение

Актуальность кластерообразования в национальной экономике в настоящее время определяется тем, что регионы, на территории которых образуются кластеры, становятся лидерами экономического развития, и тем самым их деятельность радикальным образом отражается на конкурентоспособности страны. Источник повышенной эффективности кластера — появление нововведений, новых явлений, свойственных кластерному партнерству, не характерных для деятельности изолированных фирм.

Межфирменные взаимоотношения внутри кластера

Кластеры представляют собой агломерации взаимосвязанных фирм и связанных с ними институтов. Взаимоотношения между

фирмами могут иметь характер вертикальных связей покупок и продаж, определяемый нахождением в одной цепочке производства продукта и создания стоимости или горизонтальных, связанных с поставкой услуг технологий, институтов, то, что в «бриллианте конкурентных преимуществ» обозначено как родственные и поддерживающие отрасли.

Важным моментом в развитии кластера является сочетание отношений конкуренции и сотрудничества между компаниями. Сотрудничество или кооперация объясняется наличием общих интересов, стремлением создать конкурентоспособную отрасль, способную потеснить соперников из других регионов на национальном или международном рынке. Поэтому появляется желание коллективно решить существующие местные проблемы. В результате возникают некие формы общности, создаются и развиваются институты сотрудничества. Это могут быть торговые палаты, профессиональные ассоциации, агентства по оказанию услуг и т. п.

Одновременно кластеры наполнены духом межфирменной конкуренции. Так как фирмы сосредоточены на ограниченном экономическом пространстве, они постоянно испытывают давление друг друга, что вынуждает их улучшать технологии, минимизировать производственные и транзакционные затраты, стремиться к инновационности в разных областях. Им приходится конкурировать не только за потребителей, но также за рабочую силу, капитал, а часто и за поддержку местных властей и других институтов.

Стремление к инновациям (в широком смысле этого слова) является неотъемлемой чертой экономической деятельности участников кластера, обусловленной жесткими условиями конкуренции, в то же время кластер обладает свойствами, служащими ускорению и распространению инноваций. Теснота контактов вследствие географической близости увеличивает частоту взаимодействий и взаимовлияние фирм, что приводит к облегчению процессов обмена информацией, в том числе инновационного свойства.

Для того чтобы кластер заработал и превратился из агломерации именно в кластерное образование, чтобы были задействованы все факторы внутренней динамики, способствующие росту инновационной составляющей производственной деятельности, необходимо постоянное увеличение количества участников. По мнению Томаса Андерсона и др. исследователей¹, при кластерообразовании требуется достижение некой критической массы, которая служит буфером и придает кластеру устойчивость к внешним воздействиям или давлениям другого рода, включая утраты компаний, даже когда они могут быть отнесены к ключевым, пока не превышен критический порог оставшихся участников. Отсутствие критической массы может, наоборот, сделать кла-

стер уязвимым к утрате специфических ресурсов и навыков.

Эффекты агломерации

В качестве эффектов от агломерации будем рассматривать экономию, которую получают независимые фирмы, размещаясь друг около друга на сравнительно ограниченной территории. Это объясняет, почему фирмам, сконцентрированным на одной территории, работать более выгодно в результате взаимодействия друг с другом по сравнению с фирмой, находящейся в изоляции. Причина тому — проявление агломерационного эффекта.

Агломерационный эффект или появление внешней экономии объясняется, во-первых, экономией от масштаба, а во-вторых, эффектом создания сети. Экономия от масштаба проявляется в том, что издержки производства могут значительно сократиться в результате сосредоточения фирм на одной территории. Это связано с тем, что по мере увеличения количества фирм, задействованных в отраслях, связанных со специализацией кластера, разместивших на данной территории свои производственные мощности, растет число поставщиков товаров и услуг, и вместе с тем усиливается конкуренция между ними, а также возрастает специализация в связи с углублением разделения труда.

Экономия от масштаба подразделяется на два вида — экономия от локализации и урбанизации. Экономия от локализации в результате совместного размещения на территории множества фирм, имеющих идентичную специализацию, имеет три источника происхождения. Первый — это доступность рабочей силы на местном рынке труда, обладающей разными квалификационными навыками и специализацией, в результате сосредоточения в данной местности работников, занятых конкретным видом деятельности. Работники в свою очередь также получают выгоду от увеличения воз-

¹ Andersson T., Schwaag-Serger S., Sorvik J., Hansson E. W. The Cluster Policies Whitebook. IKED, 2004.

возможностей получить работу разного характера и уровня специализации, и по мере увеличения спроса на рабочую силу увеличивается заработная плата. Второй — ускорение развития отрасли специализации в результате увеличения масштаба затрат. Третий — облегчение коммуникаций между фирмами, возможностей поставок и привлечения рабочей силы, а также обмена новыми идеями в результате географической близости фирм.

Можно утверждать, что главный положительный эффект связан с распространением технологических новшеств. Концентрация фирм в одной местности приводит к быстрой диффузии идей и их немедленному приспособлению для собственных нужд. А так как использование технологических новшеств всегда сопряжено с риском и возможными осложнениями, то концентрация фирм в кластерах в этом случае работает на уменьшение действия отрицательных последствий благодаря постоянным информационным потокам.

Экономия от урбанизации связана с пребыванием фирм в городской экономике, что делает доступными рынки, квалифицированную рабочую силу, разнообразные услуги коммерческого и финансового характера, а также объекты инфраструктуры. Таким образом, экономия от локализации связана с взаимодействием фирм внутри отрасли, а экономия от урбанизации — с взаимодействием фирм, принадлежащих разным отраслям.

Теория внешней экономии сформирована на Западе, ее основы были заложены Альфредом Маршаллом и затем развиты современными западными экономистами, при этом разные авторы делали акцент на разных аспектах. В отчете Мирового банка данные эффекты и вклад авторов систематизированы и сведены в таблицу².

Совершив экскурс в теорию внешней экономии.

Экономия, вызванная снижением издержек производства, может достигаться за счет внутренней экономии (или эффекта масштаба производства), достигаемой за счет увеличения масштаба деятельности самой фирмы и внешней экономии, обусловленной ростом отраслевого производства. В отличие от внутренней экономии, полностью подконтрольной фирме, внешняя экономия является внутренней по отношению к отрасли, но отдельная фирма не может контролировать подобные процессы.

Таким образом, функцию общих издержек отдельной фирмы можно представить как

$$TC_i = F(q_i, Q),$$

где q_i — объем выпуска отдельной фирмы; Q — объем выпуска всей отрасли.

По характеру изменения издержек все отрасли можно поделить на отрасли с постоянными издержками, у которых внешняя экономия отсутствует; отрасли с возрастающими издержками с отрицательной внешней экономией; отрасли с убывающими издержками с положительной внешней экономией. По мере роста и созревания отрасли с убывающими и постоянными издержками в отсутствие технического прогресса, скорее всего, превратятся в отрасли с возрастающими издержками.

Внешняя экономия отличается от внутренней по своим последствиям для структуры рынка. Внутренняя экономия является следствием роста масштабов фирмы, что приводит к переходу рынка к условиям несовершенной конкуренции, в то время как внешняя экономия не вызывает несовершенной конкуренции, так как размер фирм может оставаться небольшим (рис. 1).

У отраслей с возрастающими издержками по мере того, как отрасль расширяется в ответ на возрастающий спрос, кривая средних издержек каждой фирмы сдвигается вверх благодаря отрицательной внешней экономии в форме возрастающей ренты,

² World Development Report 2009: Reshaping Economic Geography. New York: World Bank. 2009.

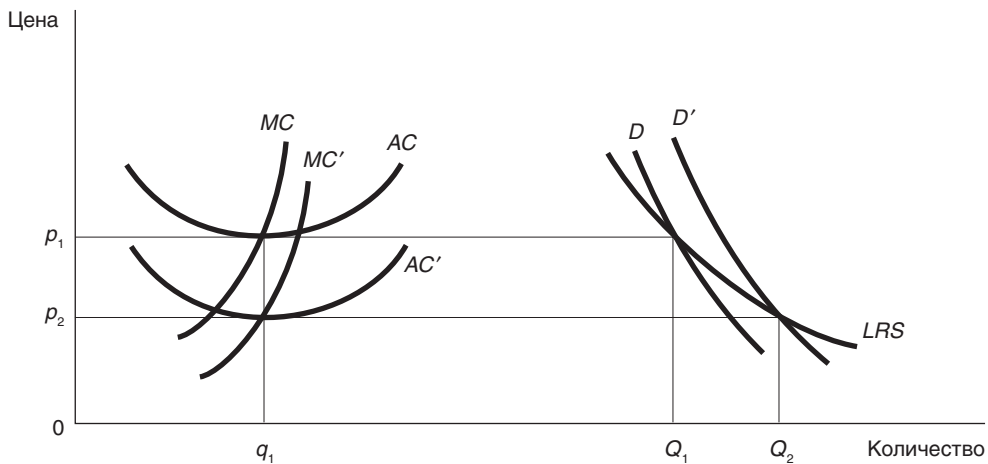


Рис. 1. Отрасль в условиях внешней экономии

Источник: Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе. М.: Дело Лтд, 1994.

обусловленной редкостью ресурсов. Кривая краткосрочного предложения фирмы — кривая MC — при этом не изменяется.

В отрасли с убывающими издержками наблюдается сдвиг вправо кривой предложения каждой фирмы при росте выпуска отрасли (из положения MC в положение MC'), так как любая индивидуальная фирма увеличивает количество продукции, которое она желает предложить при каждой цене. Увеличение спроса побуждает все фирмы производить больше, внешняя экономия обуславливает сдвиг кривой средних издержек для всех фирм отрасли вниз от AC до AC' . Под воздействием этого сдвига мы имеем убывающую долгосрочную кривую предложения отрасли LRS . Внутренняя экономия от масштаба, которая могла бы позволить индивидуальной фирме снизить свои издержки путем увеличения своего размера, в данном случае исключена, так как фирмы уже находятся в точке минимума долгосрочной кривой средних издержек.

По мере развития отрасли увеличение спроса на рынке будет вызывать рост цен, так как каждая фирма поднимается вверх по краткосрочной кривой предложения. В ответ на рост цен в отрасль будут приходить новые фирмы, и все фирмы под влия-

нием возрастающей эффективности обнаруживают, что они в состоянии предложить большее количество товара при меньших издержках. Поэтому во всех случаях, в которых экономия носит внешний характер по отношению к фирме, выпуск может изменяться только из-за изменения числа фирм.

Внешняя экономия, делающая кластер конкурентоспособным, достигается разным составом участников.

Два типа кластеров

Кластеры различаются по составу входящих в них фирм. Часто ядро кластера бывает представлено одной или несколькими крупными компаниями, между которыми сохраняются конкурентные отношения, что и отличает кластер от картеля или финансово-промышленной группы. Вокруг ядра группируется множество предприятий малого и среднего бизнеса, занятых поставками комплектующих, материалов, оказанием услуг. Таковыми являются автомобильные кластеры. К примеру, в настоящее время на территории Европы действует около 30 автомобильных кластеров. Часто крупные фирмы связаны с сетью малых и средних

предприятий отношениями субподрядных и субконтрактных связей. В данной модели крупные фирмы — своего рода организующее звено, так как они приспособливают к своим нуждам мелкие фирмы, создавая вокруг себя рынок. В экономической литературе такую модель взаимодействий в рамках кластера часто называют шотландской моделью.

В противоположность шотландской модели итальянская модель кластера представляет более гибкое и равноправное сотрудничество малых, средних предприятий (МСП) и крупного бизнеса.

Появление Третьей Италии

Традиционно экономгеографы привыкли делить Италию на две части — богатый Север и бедный Юг, но со временем такое деление устарело, так как не отражало существующее распределение производительных сил в стране. Концепция выделения нового региона зародилась в 1970-е гг., именно

в то время в Италии сформировалось новое экономическое пространство, которое получило название «Третья Италия». В эти годы на юге наблюдался едва заметный рост, а на богатом северо-западе наоборот обозначился глубокий кризис, в то время как северо-восток демонстрировал быстрый и устойчивый рост, что и привлекло внимание ученых к данному феномену.

Регион Третья Италия расположен к югу от Швейцарии, Австрии и Словении, с юго-востока ограничен Адриатическим побережьем, с севера — Альпами и Доломитами, с юга — Тосканой (табл. 1 и рис. 2). Особенностью данного региона является то, что на его территории сконцентрированы десятки тысяч предприятий малого и среднего бизнеса, большинство из которых было создано в течение последних 20 лет. Это в основном предприятия легкой промышленности, они окружают процветающие провинциальные города. Предприятия объединены в кластеры, которые довольно быстро растут, постоянно создавая рабочие места,

Таблица 1

Регионы Третьей Италии

Области	Провинции	Территория, тыс. км ²	Население, млн чел.	ВВП (PPP) 2007 г., млрд евро
Фриули-Венеция-Джулия	Гориция, Порденоне, Триест, Удине	7,7	1,2	34,7
Трентино-Альто-Адидже	Больцано/Боцен, Тренто	13,6	1,0	31,1
Венето	Беллуно, Падуа, Ровиго, Тревизо, Венеция, Верона, Виченца	18,4	4,9	144,6
Эмилия-Романия	Болонья, Феррара, Форли-Чезена, Модена, Парма, Пьяченца, Равенна, Реджо-Эмилия, Римини	22,1	4,3	133,9
Марке	Анкона, Асколи-Пичено, Фермо, Мачерата, Пезаро-э-Урбино	9,7	1,6	40,3
Умбрия	Перуджа, Терни	8,4	0,9	21,5
Тоскана	Ареццо, Флоренция, Гроссето, Ливорно, Лукка, Масса-Каррара, Пиза, Пистойя, Прато, Сиена	23,0	3,7	102,6

и смогли создать свои ниши на экспортном рынке. Создание подобных кластеров характерно для таких отраслей, как производство текстиля, кожаных изделий, керамики и предметов мебели.

Число предприятий в кластере может колебаться от нескольких десятков до нескольких сотен и даже тысяч. Эти малые и средние предприятия, составляющие содержание кластера, располагаются внутри небольшого города или даже селения или вокруг него, вдоль транспортной магистрали или морского побережья. Многие из них являются семейным бизнесом, поэтому предприятия часто выглядят как жилые дома.

Ученые насчитывают от 60 до 100 кластеров на территории Третьей Италии. Кластеры, обладающие конкурентоспособностью на международном уровне, в основном сконцентрированы в трех областях — Венето, Эмилия-Романия, Тоскана. В таблице 2 приведены наиболее известные в мире итальянские кластеры, обладающие международной конкурентоспособностью. Некоторые производства в кластерах уходят корнями в историю и даже в средневековье, как, например, производство знаменитых изделий из стекла на острове Мурано близ Венеции или производство стульев в «стуловом треугольнике», большинство же создано в последние 2–3 десятилетия.

Предпосылки создания промышленных округов в Италии

1. Уникальность итальянской экономики, связанная с чрезвычайно важной ролью малого и среднего бизнеса. По данным промышленной переписи 2001 г., мелкие (до 50 человек) и мельчайшие (менее 10) предприятия составляют 95–97% общего числа предприятий, предприятия среднего размера — 3,9% занятых (в промышленности — 9,0)³. На сегодняшний день 65% ВВП

³ Левин И. И все-таки она летает... // Свободная мысль. 2009. № 8. С. 215–220.



Рис. 2. Регионы Третьей Италии

Италии производит малый и средний бизнес, и вообще концентрация производства, гигантизм предприятий в меньшей степени характерен для Италии по сравнению с другими странами «большой семерки». К примеру, в списке 100 крупнейших ТНК по версии *UNCTAD* у Италии только 2 компании (у США — 18, Великобритании — 14, у Японии — 10).

2. Богатая история развития предпринимательства в итальянской экономике, многие ремесла и кластеры уходят корнями в средневековье. Веками развивавшиеся ремесленные промыслы формировали традиции взаимодействия между ремесленниками, системы неписаных правил поведения производителей и соблюдения деловой этики — социальные и культурные поведенческие кодексы — то, что в институциональной теории называется неформальными институтами.

3. Также концентрации предпринимательства в данных округах способствовала развитая инфраструктурная сеть, приближаю-

Таблица 2

Наиболее известные кластеры Третьей Италии

Кластеры	Отрасль специализации	Размеры, конкурентоспособность
Прато (Тоскана)	Производство трикотажа и тканей (больше половины всех грубошерстных тканей Европы)	50 тыс. предприятий в среднем с 3–4 работниками
Модена (Эмилия-Романия)	Малые сельскохозяйственные машины, мотоциклы, землеройная техника, насосы и др.	Механические и механосборочные ателье и небольшие заводы
Санта-Кросс (Тоскана)	Дубление кожи (25% национального производства кожи)	300 мелких производителей (4500 чел.), 200 субконтрактников (1700 чел.), 15–20% идет на экспорт
Арциньяно (Венето)	Производство кожаных изделий и керамики	Несколько крупных предприятий
Сассуоло (Эмилия-Романия)	Производство керамической плитки (около 80% итальянской плитки) и оборудования для керамического производства	220 предприятий, на которых трудятся в среднем по 100 чел., 70% продукции идет на экспорт, это 1,5% совокупного экспорта Италии
О. Мурано — остров близ Венеции (Венето)	Производство художественного стекла	2000 занятых
Манцано (Фриули-Венеция-Джулия)	Производство стульев (80% стульев в Италии и 50% — в ЕС) сконцентрировано в 3 городах: Манцано, Сан-Джованни и Натизоне (так называемый «стуловый треугольник»)	1200 компаний, число работников 15 тыс., большая часть продукции идет на экспорт

Источник: различные сайты сети Интернет.

щая деревню к городу и превратившая ее в урбанизированную сельскую местность.

4. Национальные особенности характера — дисциплинированность, бережливость, трудолюбие, креативность. Мастерство, умение создавать неповторимые вещи всегда были национальными ценностями. Не случайно на территории Италии сосредоточено такое большое количество памятников искусства. Вадим Глускер в своем документальном телевизионном проекте «Настоящий итальянец» попытался отыскать корни креативности итальянцев, утверждая, что потомки средневековых ремесленников живут в городах Италии: «Красота по-итальянски — это любовь итальянского ремесленника к дереву, краске, металлу, камню, ткани, ко всему, к чему он прикасается. Итальянский ремесленник — человек скромный,

он отлично знает свое дело, он его делает не для музея, не для модного показа, а для сеньора или сеньоры, с которыми он хорошо знаком. Ремесленник превратил целую страну в производство искусства».

Теоретическая база промышленных округов

Впервые на существование синергетического эффекта при объединении специализированных малых предприятий обратил внимание Альфред Маршалл еще в XIX в. (1890), исследуя промышленные районы Великобритании и изучая опыт других стран. Источниками создания эффекта были, по его мнению, специализация и доступность квалифицированной рабочей силы. А. Маршалл впервые создал концеп-

цию *промышленных районов*, под которыми подразумевал сосредоточение большого количества мелких и средних предприятий, которые развиваются эффективно за счет внешней экономии на масштабах производства⁴.

Среди причин, которые ведут к локализации производств, А. Маршалл отмечал следующие причины:

1. Природные условия, наличие залежей полезных ископаемых.
2. Разделение труда в промышленном производстве, выросшее из традиции специализации отдельных поселений на отдельных деталях и стадиях производственного процесса, возникновение вспомогательных производств, поставляющих инструменты, материалы и т. д.
3. Наличие спроса на товары в местах сосредоточения богатых людей.
4. Обучение мастерству, развитие трудолюбия и предприимчивости и поселение мастеровых в местах спроса на квалифицированный труд, возникновение постоянных рынков квалифицированного труда.
5. Передача знаний, навыков (тайн профессии), новых идей между предпринимателями.

Как видим, все ключевые моменты «бриллианта конкурентных преимуществ» М. Портера, такие как состояние факторов производства, присутствие сопутствующих и поддерживающих отраслей, состояние спроса, стратегия и конкуренция фирмы, присутствуют и были подмечены А. Маршаллом ранее.

Он писал: «Очень высокая степень экономичности использования машин может быть достигнута в районе, где существует большое совокупное производство однородного продукта, даже если в нем и нет очень крупного индивидуального капитала. Дело в том, что вспомогательные произ-

водства, каждое из которых берет на себя лишь какую-то маленькую часть всего производственного процесса и обслуживает ею большое число своих соседей, в состоянии непрерывно использовать самые узкоспециализированные машины и таким образом обеспечивать их окупаемость, несмотря на их высокую первоначальную стоимость и очень быстрый темп амортизации».

Но на некоторый период интерес к концепции А. Маршалла был утерян, так как значительную часть XX в. в экономической теории преобладала точка зрения, что крупное предприятие обладает несомненным превосходством над мелким. Это было обусловлено популярностью концепции фордистской системы производства, предусматривающей узкую специализацию работников, высокую стандартизацию промежуточной продукции и строгую последовательность операций, что было возможно только в условиях крупного предприятия. Гигантские предприятия олицетворяли технический прогресс, а мелкие ассоциировались с отсталостью. Малым предприятиям отводилась второстепенная роль заполняющих рыночные ниши, не занятые крупными предприятиями.

Кризис фордизма обозначился в середине 70-х гг., когда многие малые предприятия стали демонстрировать способность генерировать инновации, и в связи с ускорением НТП стали очень актуальными такие качества малого производства, как простота в управлении, гибкость и мобильность. На западе родился новый лозунг «малое — прекрасно» (*little is beautiful!*), и, учитывая и такие полезные качества малого бизнеса, как способность решать социальные проблемы — создание новых рабочих мест (особенно для молодежи), наполнение местного рынка товарами и услугами, страны запада одна за другой стали создавать государственные программы по поддержке малого и среднего бизнеса.

Кроме того, к этому времени обозначились кардинальные изменения в покупательском спросе. Послевоенное восстановление

⁴ Маршалл А. Принципы экономической науки. Глава X «Организация производства. Концентрация специализированных производств в отдельных районах». М.: Прогресс, 1993.

производственного потенциала в западных странах завершилось потребительским бумом 1960-х гг., первичные потребности покупателей были удовлетворены. Потребители стали более искушенными в своих запросах, их перестали устраивать товары серийного производства, появилась потребность в качественных товарах индивидуального изготовления. Кроме цены, покупателей стало интересовать качество и престижность покупки. Такую задачу не всегда могли решить гигантские предприятия, это было под силу только предприятиям малого и среднего бизнеса с более гибкой производственной системой.

Тогда и возродился интерес к маршалловским исследованиям, и итальянский ученый Джокомо Бекаттини в 1979 г. опубликовал статью «От промышленных секторов к промышленным округам», где была представлена обновленная концепция «промышленных округов», при этом в своих исследованиях он пошел дальше А. Маршалла, представив промышленные округа как социотерриториальный экономический феномен. Он определяет промышленные округа как социотерриториальные единицы, для которых характерно присутствие сообщества людей и популяции фирм в единых естественных и исторических границах⁵. Это отличает их от промышленных городов, где нет слияния сообществ людей и фирм.

Производственный процесс рассматривается неотделимо от местного общества, социальной среды, которая генерирует социальные нормы и ценности. Наиболее важны в этом плане формируемые в результате

взаимного обмена знания и отношения доверия, которые являются продуктом взаимной зависимости, интенсивность и частота тесных социальных контактов. Это позволяет фирмам сокращать расходы на транспорт и информацию, инициирует потоки информации между фирмами, контролирует поведение фирм, нарушающих местные договоренности и правила. Тем самым устанавливается баланс отношений конкуренции и кооперации между компаниями.

Дж. Бекаттини развил сформулированное А. Маршаллом понятие, названное «промышленной атмосферой» (*industrial atmosphere*)⁶, в содержание которого он включил следующие составляющие:

- самопомощь (*self help*), предпринимательство и осознание местной принадлежности;
- регулярные потоки инновационных идей, генерируемых индустриальной атмосферой;
- культура соперничества, являющаяся результатом мобильности рабочей силы между фирмами;
- репутация данной местности (*made in Murano*), которая привлекает потребителей и торговцев в конкретную нишу, созданную местным рынком.

Распространенность промышленных округов в мире

Хотя впервые феномен промышленных округов был подмечен в Третьей Италии, подобные социотерриториальные образования не являются уникальными, их можно найти в других промышленно развитых странах, преимущественно в сельской местности. Но чтобы говорить о распространенности промышленных округов в мире, важно представлять, что понимается под промышленными округами. Дело в том, что в эконо-

⁵ «...the industrial district as a socio-territorial entity which is characterized by the active presence of both a community of people and a population of firms in one naturally and historically bounded area. In the district, unlike in other environments, such as manufacturing towns, community and firms tend to merge». (Becattini, G. 1990. The Marshallian industrial district as a socioeconomic notion / Pyke F., Becattini G., Sengenberger W. (eds). *Industrial Districts and Local Economic Regeneration*. Geneva: ILO. P. 37–51. P. 38.

⁶ *Becattini G. Italian industrial districts: problems and perspectives. International Studies of Management and Organization. 1991. №21. P. 83–89.*

Таблица 3

Концепции промышленных округов

Авторы	Признак	Распространенность
Дж. Бекаттини, П. Ойнас, Е. Малески	Переплетение экономической и социальных связей	В сельской местности или малых городах Франции, Японии, Германии, Дании, Испании; регионы Солнечного пояса в США ⁸
М. Сторпер, А. Скотт	Взаимозависимость компаний на местном уровне (Local interdependencies)	Регион Баден-Вюртемберг, Силиконовая долина, M4 corridor
А. Маркузен	Агломерация фирм, связанных специализацией	Большое количество кластеров

мической литературе есть другие концепции (табл. 3), отличные от «маршалловского» подхода Дж. Бекаттини, рассматривающего популяцию малых и средних предприятий, связанных особыми узами.

Ученые П. Ойнас и Е. Малески⁷ придерживаются близких Дж. Бекаттини позиций, относя к промышленным округам территориальные образования, отличительными признаками которых являются тесное взаимодействие и плотная сеть связей, которые охватывают местную производственную систему, специализирующуюся на отдельной отрасли или тесно взаимосвязанных отраслях.

В литературе также имеются и «немаршалловские» подходы к определению промышленных округов, так, М. Сторпер и А. Скотт⁹ под промышленными округами понимают кластеры, построенные на разделении труда между компаниями в местной про-

изводственной системе, которое приводит к их сильной взаимозависимости, при этом компании могут быть разного масштаба. Тогда круг промышленных округов сильно расширяется, в качестве примера они рассматривают регион Баден-Вюртемберг, где доминируют несколько крупных компаний, Силиконовую долину в США, где сосредоточены сети малых и крупных компаний, а также кластеры, расположенные вдоль трассы М4, которая соединяет Лондон с Южным Уэльсом, где сконцентрированы высокотехнологичные компании, этот район ввиду концентрации большого числа ИТ-компаний часто называют английской Силиконовой долиной.

Другие авторы (к примеру А. Маркузен¹⁰) расширяют понятие промышленных округов, подразумевая под ними агломерацию предприятий, занятых в одной или нескольких тесно взаимосвязанных отраслях, размещенных в данной местности и регионе. Это определение вообще теряет такую важную отличительную черту промышленных округов, как взаимозависимость, заменяя ее на агломерацию, что можно применить к любому кластеру.

Кластеры малых предприятий также довольно широко распространены в развивающихся странах, так как часто МСП со-

⁷ Oinas P., Malecki E. Spatial innovation systems / E. Malecki and P. Oinas (eds). Making Connections: Technological Learning and Regional Economic Change. Aldershot: Ashgate, 1999. P. 7–33.

⁸ Солнечным поясом в США называют территории, находящиеся на крайнем юге Соединенных Штатов, это в первую очередь штаты Аризона и Нью-Мексико. Для этих территорий характерно длинное жаркое лето, короткая теплая зима, население состоит преимущественно из эмигрантов и представителей индейских племен.

⁹ M4 corridor — территории, прилегающие к трассе М4, которая соединяет Лондон с Южным Уэльсом.

¹⁰ Markusen A. Sticky places in slippery space: a typology of industrial districts. Economic Geography. 1996. № 7. P. 293–313.

ставляют основу экономики этих стран. В 1993 году Организация промышленного развития при ООН (*UNIDO*) разработала рекомендации с целью помочь правительствам при содействии частного сектора разрабатывать и внедрять программы по развитию кластеров и сетей малых предприятий. Имеются примеры успешного использования данных рекомендаций и создания национальных программ по формированию кластеров малых предприятий в таких странах, как Индия, Индонезия, Малайзия, Мексика, Никарагуа, Ямайка.

Промышленные округа и глобализация

Промышленные округа в Италии возникли в доглобализационный период, многие малые и средние предприятия в составе округов оказались достаточно конкурентоспособными, чтобы не просто продавать за границу свои товары, но и вступать в отношения долговременного экономического сотрудничества с зарубежными партнерами. Но несмотря на способность к внешнеэкономической экспансии, предприятия в основном ограничивались внешнеторговыми контактами. В плане производственно-инвестиционных связей промышленные округа были относительно замкнутыми системами. С наступлением эпохи глобализации локальные системы предприятий-участников промышленных округов почувствовали необходимость расширять контакты с фирмами за пределами кластера. Глобализация дала старт процессам делокализации, предприятия стали развивать глобальные связи в плане не только расширения экспортных торговых связей, но и реорганизации производственных цепочек в интернациональном масштабе.

Италия, как и другие промышленно развитые страны, в эпоху глобализации ощутила необходимость в фрагментации производственных цепочек путем выноса трудоемких составляющих производственного

процесса в регионы с более низкой стоимостью рабочей силы, это такие регионы и страны, как Центральная и Восточная Европа, Россия, Индия, Юго-Восточная Азия, Латинская Америка. При этом иногда происходит передислокация, изменение места размещения, перемещение в другие регионы по мере возрастания издержек. В основном стратегия интернационализации предприятий — участников промышленных округов стала развиваться по пути развития субконтрактных связей, но некоторые более крупные производители были способны и на осуществление прямых иностранных инвестиций. Предприятия, занятые в индустрии моды, первыми начали уже в конце 1980-х гг. перемещать часть производственных операций в страны Юго-Восточной Европы и Дальнего Востока.

Итальянский экономист Иларио Мариотти и другие ученые провели исследования стратегий интернационализации компаний малого и среднего бизнеса в итальянских округах¹¹. Для анализа она использовала данные более чем 700 компаний из базы данных Банка Италии.

Как видно из таблицы 4, построенной на основе данных Центрального банка Италии, в отношении стратегий интернационализации наблюдается очевидная разница в предпочтениях округообразующих фирм и фирм, расположенных за пределами промышленных округов. Округообразующие фирмы отдают предпочтение международному субконтрактингу по сравнению с прямыми иностранными инвестициями. Международная статистика подтверждает данные предпочтения — небольшие прямые итальянские инвестиции за рубежом (по сравнению со среднеевропейским уровнем), что связано с меньшим количеством международных фирм и меньшим размером этих фирм.

¹¹ *Mariotti I., Micucci G., Montanaro P.* Internationalisation strategies of Italian district SMEs: an analysis on firm-level data.

Таблица 4

Стратегии интернационализации итальянских компаний, %

Тип интернационализации	Фирмы в округах	Другие фирмы
Промышленный субконтрактинг ¹²	38,5	17,4
Коммерческий субконтрактинг	22,2	16,5
Совместные предприятия	15,4	22,4
Контракты по поставкам	12,8	22,2
Прямые иностранные инвестиции	11,1	21,4
Всего	100,0	100,0

Источник: Centro Studi Unioncamere-Assocamere Estero (2002) on Unioncamere data.

Перевод малыми и средними предприятиями за границу части производственного процесса — это часть процесса международной фрагментации производства. При этом она может принимать формы вертикального или горизонтального интеграционного процесса. В случае вертикальной интеграции производственные операции, осуществляемые ранее родительской фирмой, фрагментируются и переносятся за границу на основе прямых иностранных инвестиций (далее — ПИИ) или чаще с помощью более «легких» форм интернационализации (субконтрактинг, совместные предприятия) с участием зарубежных фирм из низкотратных регионов, в основном речь идет о развивающихся странах (Дальний Восток и Южная Европа). При горизонтальной интеграции итальянские МСП воспроизводят производственную структуру родительской фирмы за рубежом, в другой географической среде с помощью ПИИ, чтобы получить доступ на местный потребительский рынок. Горизонтальные инвестиции обычно осуществляются в промышленно развитую страну (Западная Европа и США).

¹² Промышленный субконтрактинг имеет место между двумя независимыми компаниями (принципалом и субконтрактником), расположенными в разных странах по поводу производства промежуточной продукции, используемой в конечном продукте, который принципал затем продает под своей торговой маркой.

Согласно исследованиям, проведенным И. Мариотти с использованием эконометрического анализа, были обнаружены факторы, оказывающие влияние на выбор стратегии интернационализации округообразующих МСП. В качестве переменных, влияющих на вероятность выбора субконтрактных отношений, были взяты характеристики предприятий, связанные с принадлежностью к отрасли и месту локализации, возрастом, размером, инновационностью и т. п. Также выявлялась взаимосвязь занятости рабочих иммигрантов с характеристиками предприятий.

В ходе исследований выяснилось, что на процессы деллокализации оказывают влияние как специфические факторы, присутствующие фирмам, так и особенности местного рынка труда. Большую склонность к субконтрактингу проявляют фирмы обувной и кожевенной промышленности, фирмы, работающие много лет (а значит с большим опытом), и крупные фирмы, при этом опыт часто компенсировал недостатки размера фирмы. К услугам рабочих иммигрантов часто прибегают фирмы с низкой заработной платой и низкотехнологичным характером производства, т. е. иммигранты в основном не составляют конкуренцию итальянским работникам. Те предприятия, которым оказалось сложно осуществлять деллокализацию или другие формы интернационализации, вы-

нуждены прибегать к найму рабочих иммигрантов из стран, не входящих в ЕС, часто нелегально, с целью повысить свою конкурентоспособность.

Также Илариа Мариотти и другие ученые исследовали привлечение итальянских инвестиций в Румынию¹³. Дело в том, что в Румынии самый низкий уровень заработной платы в обрабатывающей промышленности в ЕС, поэтому она очень подходит в качестве места ведения бизнеса с целью сэкономить производственные издержки. И итальянские промышленные округа, которые до середины 1980-х гг. были сравнительно замкнутыми производственными системами, ощутили необходимость расширения контактов с зарубежными фирмами не только в сфере торговли. Первыми стали использовать возможность глобализировать производственный процесс производители одежды и обуви. Соглашения кооперации, заключаемые между итальянскими и румынскими фирмами, носили характер «экспорт — реимпорт», когда сырье или полупродукт отправлялся из Италии в Румынию на условиях субконтракта и продукт реимпортировался обратно, или «импорт — реэкспорт», когда из Румынии импортировалось дешевое сырье или полупродукт, обрабатывался, а затем реэкспортировался в Румынию обратно.

Исследователи опросили 90 компаний из 350, размещенных в Тимишоаре, промышленном центре в западной части Румынии, где с социалистических времен сосредоточено большое количество предприятий по производству текстиля и обуви, 53 из которых имели итальянские инвестиции. В основном происхождение капитала было из областей Венето и Марке. Из числа опрошенных компаний 36% относилось к малому бизнесу, 39% — к среднему и 19% — к круп-

ному. По признаку происхождения капитала исследователи выделили четыре типа предприятий:

1. *Spin-off firms* — фирмы, созданные румынскими работниками, в прошлом занятыми на государственном предприятии, или итальянскими работниками, ранее работавшими в итальянском филиале, размещенном в Тимишоаре (35,5%). Как правило, такие фирмы имеют свой бренд и поставляют товары на национальный рынок, в технологическом плане они слабо оснащены, имеют упрощенную структуру, и часть операций (особенно в обувной промышленности) осуществляется вручную. Некоторые из них работают по субконтракту с итальянскими или другими зарубежными фирмами, т. е. заключают соглашения кооперации, в которых условия и цены диктуют заказчики, но из-за нерегулярности заказов положение этих фирм нельзя назвать процветающим.

2. Румынские предприятия, в прошлом государственные (11,1%). Они неплохо оснащены и являются основными партнерами по субконтракту с зарубежными фирмами, но при этом обычно не имеют собственного бренда.

3. Предприятия с итальянскими инвестициями (37,7%), в основном в обувном секторе, филиалы итальянских МСП (45,3% из региона Венето и 32% из Марке). Они полностью зависят от родительских компаний, выполняя функцию только производственного подразделения с целью снизить производственные издержки, все остальные корпоративные функции — администрирование, маркетинг, поставки, дизайн — находятся в ведении родительской компании, соответственно цены на продукцию также определяются ею.

4. *Relocated firms* — перемещенные фирмы (16,6%). Итальянские фирмы, которые прекратили деятельность в Италии и перенесли полный производственный цикл в Тимишоару. Это тот случай, когда фирма, работающая по субконтракту в Италии, потеряла долю на рынке, потому что заказчик

¹³ Mariotti I., Montagnana S. Italian Investments In The Agglomeration Of Timisoara In Romania: Threat Or Opportunity For The Economic Development? // Romanian Journal of Regional Science, Romanian Regional Science Association. 2008. Vol. 2 (2). P. 33–59. December.

перестроился на отношения с румынскими фирмами. В результате ей ничего не остается, кроме как последовать в страну контракта, чтобы открыть производство за рубежом и осуществлять отношения поставок («*follow the customer*» strategy). Структура новой фирмы довольно проста — совмещение функций производства и коммерции.

На основе факторного и кластерного анализа данных опроса исследователи пытались выявить влияние итальянского присутствия на экономическую ситуацию в Тишишоаре. Не все фирмы с итальянским капиталом обладают инновационными качествами и хорошо подготовленными человеческими ресурсами, это, в первую очередь, перемещенные фирмы. Предприятия с итальянскими прямыми инвестициями более динамичны и производят продукцию более высокого качества, уделяют внимание человеческим ресурсам, но они плохо интегрированы в территорию, слабо налаживают контакты с местными фирмами, озабочены только эксплуатацией дешевой рабочей силы, т. е. создания местного кластера, видимо, не происходит. А мотивация только на использование дешевой рабочей силы может привести к тому, что по мере роста заработной платы в Румынии фирмы переместятся в более низкокзатратные регионы — на Украину, в Молдову.

Промышленные округа в России

Несомненно, развитие кластеров малых предприятий может осуществляться спонтанно под действием рыночных факторов, часто это происходит по инициативе фирмы-лидера, крупной фирмы, обладающей широкими финансовыми возможностями, заинтересованной в создании сообщества предприятий малого и среднего бизнеса, занятых обслуживанием нужд данной фирмы.

Организатором кластера могут выступить и региональные власти, заинтересованные в более продуктивном взаимодействии местного бизнеса, гарантиях сохранения ра-

бочих мест и решении других социальных проблем в регионе. В этом случае модель итальянских промышленных округов может быть продуктивно использована с учетом национальных особенностей.

В России пока еще преобладает точка зрения, переоценивающая возможности крупного предприятия и явно недооценивающая роль малого бизнеса. Преобладают взгляды фордистского толка, что только крупные предприятия способны решать народно-хозяйственные задачи в промышленной политике как региональных, так и государственных властей. 1990-е годы прошли под знаком поощрения крупных производителей, и только в последние годы к крупным предприятиям стали применяться меры антимонопольной политики, в то время как малый бизнес страдает от сильной опеки проверяющих инстанций. К счастью, в нашей стране происходит некоторое движение в плане реализации идеи поддержки малого бизнеса с помощью кластеризации.

Одним из важных направлений российско-итальянского торгово-экономического сотрудничества является создание на территории России итальянской модели промышленных округов. С этой целью в 2002 г. в рамках межправительственного российско-итальянского Совета по экономическому, промышленному и валютно-финансовому сотрудничеству была создана рабочая группа по промышленным округам и малому и среднему бизнесу. За время работы группа провела уже 18 заседаний, круглых столов, семинаров, в том числе с участием представителей тех регионов, которых заинтересовала эта идея. В ноябре 2003 г. был подписан Меморандум по вопросам создания промышленных округов на территории Российской Федерации.

Учитывая особенности российской экономики, стороны пришли к выводу, что в России на первоначальном этапе этот процесс должен базироваться на привлечении крупных итальянских компаний, заинтересованных в расширении своего присутствия

на российском рынке, что позволит им как привлечь своих итальянских субпоставщиков к непосредственной работе в России, так и все шире использовать продукцию российских предприятий, особенно малых и средних, для комплектации своих изделий. В настоящее время в эту работу в той или иной степени вовлечены 17 российских регионов. Работа по созданию промышленных округов ведется в Московской, Ленинградской областях, Пермском крае, в Республике Татарстан, Чувашия, Мордовия.

Таким образом, реализация инициативы по воспроизводству в России итальянской модели промышленных округов предполагает активизацию взаимодействия малого и среднего предпринимательства в регионах при одновременном расширении сотрудничества с итальянскими предпринимателями. Надо заметить, что у итальянской стороны в этой инициативе есть свой экономический интерес, направленный на увеличение объемов итальянских инвестиций в российскую экономику.

Самым успешным в России считается создание промышленного округа в Липецкой области, где округообразующим предприятием является завод по производству холодильников «СТИНОЛ» и стиральных машин «ИНДЕЗИТ» в сотрудничестве с итальянской фирмой «Мерлони». На липецком производстве уже сейчас практически освоена техническая цепочка полного комплекса производства бытовой техники, комплектующего оборудования к ней и сервисного центра. Реализация такой цепочки заключается в привлечении и использовании потенциала среднего и малого бизнеса, в том числе путем создания совместного предприятия.

Есть и другие примеры попыток воспроизводства итальянской модели в российской практике. Липецкую модель промостроукруга применили и на территории Республики Татарстан. В мае 2005 г. в Нижнекамске была образована ассоциация «Нижнекамский промышленный округ», деятельность которой направлена на организацию ус-

пешного взаимодействия малого и крупного бизнеса. Округообразующим предприятием стало ОАО «Нижнекамскнефтехим», выпускающее химическое сырье, пригодное для дальнейшего передела малыми и средними предприятиями. В результате успешного функционирования округа осуществляются процессы импортозамещения, был создан ряд предприятий, производящих продукцию (различные виды полимерных материалов), которую прежде приходилось завозить из-за рубежа или других регионов, для использования в автомобилестроении и сельском хозяйстве. К концу 2007 г. образовано порядка 1000 рабочих мест, а в бюджет республики поступило более 200 млн руб. от введенных в действие производств¹⁴.

Активная работа по созданию промышленных округов ведется и в Московской области. К примеру, итальянский Университет в г. Тренто, располагающий большим опытом в области разработки схем организации, управления и информационного сопровождения технопарков, и компания «Вальмонт Энтерпрайзис» изучают возможность создания в окрестностях г. Троицка Московской области научно-производственного комплекса — технопарка (промышленного округа), с участием итальянских компаний. В 2006 году в области была принята Программа Правительства МО «Развитие промышленных округов на территории Московской области на период до 2010 года», цель которой — сглаживание неравномерности экономического и социального развития муниципальных образований и привлечение инвестиций в экономику. Также в 2008 г. был принят первый в стране Закон о промышленных округах в Московской области, подписанный губернатором¹⁵.

¹⁴ Гарипова Л. Нижнекамский промостроукруг: проигравших нет // Нефтехимия сегодня. 2008. № 1 (4).

¹⁵ Закон Московской области «О промышленных округах в Московской области» от 23 мая 2008 г. № 71/2008-ОЗ.

Согласно п. 1 ст. 3 данного закона, «промышленные округа создаются в целях повышения эффективности использования потенциальных возможностей территорий, повышения устойчивости бюджетной системы, улучшения условий труда и занятости и роста качества жизни населения посредством реализации комплексного подхода к размещению производительных сил на территории Московской области. Создание промышленных округов предполагает создание опорных территорий роста экономики и направлено на развитие и поддержку инновационных секторов экономики Московской области, формирование многофункциональных центров инновационной и традиционной экономики Московской области».

Округа по закону могут иметь разную форму в зависимости от специализации — индустриальный, агропромышленный, логистический парк, технопарк, офисно-деловой и многофункциональный парк. Непосредственно управлять созданием и обеспечивать функционирование промышленного округа должна управляющая компания. Предприятиям — резидентам промышленных округов могут оказываться различные формы государственной поддержки.

В качестве пилотного проекта создается промышленный округ «Волоколамский» на участке общей площадью 474 га под руководством управляющей компании «Терра Ди Лама». Финансирование создания промышленного округа предусмотрено за счет внебюджетных источников в объеме 13 млрд руб. Промышленный округ будет включать предприятия машиностроения, деревообрабатывающей, пищевой промышленности, логистические комплексы. Также создаются промышленные округа — многофункциональный парк «Белый Раст» — на территории Дмитровского муниципального района и многофункциональный парк «Котово» на территории Наро-Фоминского муниципального района Московской области.

Заключение

В заключение следует отметить, что промышленные округа как особые социально-экономические системы с высокой концентрацией МСП не случайно получили развитие в Италии, славящейся ремесленными традициями. Хотя в российской практике невозможно воспроизвести полный аналог итальянских промышленных округов в силу специфики неформальных национальных институтов, тем не менее продуктивность данной идеи не вызывает сомнения. Осознание значимости малых и средних предприятий к западным странам пришло в 1970-е гг., в нашей стране все эти процессы происходят с большим запозданием. Тем не менее стоит наверстать упущенное время, потому что, как показывает мировой опыт и особенно итальянская практика, малый бизнес гораздо лучше себя чувствует, работая в кластерах. В условиях открытости это может быть единственным способом сохранения малых фирм при растущей международной конкуренции, что очень важно, учитывая перспективу вступления России в ВТО.

Список литературы

1. *Блауг М.* Экономическая мысль в ретроспективе. М.: Дело Лтд, 1994.
2. *Гарипова Л.* Нижнекамский промозон: проигравших нет // Нефтехимия сегодня. 2008. № 1 (4).
3. Закон Московской области от 23 мая 2008 г. № 71/2008-ОЗ «О промышленных округах в Московской области».
4. *Левин И.* И все-таки она летает... // Свободная мысль. 2009. № 8. С. 215–220.
5. *Марков Л. С.* Экономические кластеры: понятия и характерные черты // Актуальные проблемы социально-экономического развития: взгляд молодых ученых: сб. науч. тр. / под ред. В. Е. Селиверстова, В. М. Марковой, Е. С. Гвоздевой. Разд. 1. Новосибирск: ИЭПП СО РАН, 2005. С. 102–123.
6. *Маршалл А.* Принципы экономической науки. М.: Прогресс, 1993.

7. Рубин Ю. Б. Конкуренция: упорядоченное взаимодействие в профессиональном бизнесе. М.: Маркет ДС, 2008.
8. Amin A. *Industrial Districts /A Companion to Economic Geography /* edited by: Eric Sheppard, Trevor J. Barnes. Blackwell Publishing, 2005.
9. Andersson T., Schwaag-Serger S., Sorvik J., Hansson E. W. *The Cluster Policies Whitebook*. IKED, 2004.
10. Becattini G. The Marshallian industrial district as a socioeconomic notion / F. Pyke, G. Becattini, and W. Sengenberger (eds) *Industrial Districts and Local Economic Regeneration*. Geneva: ILO, 1990. P. 37–51.
11. Becattini G. Italian industrial districts: problems and perspectives. *International Studies of Management and Organization*. 1991. №21. P. 83–89.
12. Becattini G. *Industrial Districts: New Approach to Industrial Change*. UK: Edward Elgar Publishing Limited, 2004.
13. Boschma R. The industrial rise of the Third Italy: open window of locational opportunity? // *ERSA conference papers*. 1998.
14. Boschma R. Culture of trust and regional development: an empirical analysis of the Third Italy // *ERSA conference papers*. 1999.
15. Mariotti I., Micucci G., Montanaro P. Internationalisation strategies of Italian district SMEs: an analysis on firm-level data // *ERSA conference papers*, 2004.
16. Mariotti I., Montagnana S. Italian Investments In The Agglomeration Of Timisoara In Romania: Threat or Opportunity for The Economic Development? // *Romanian Journal of Regional Science*, Romanian Regional Science Association, 2008. Vol. 2 (2). P. 33–59. December.
17. Markusen A. Sticky places in slippery space: a typology of industrial districts. *Economic Geography*. 1996. №7. P. 293–313.
18. Oinas P., Malecki E. Spatial innovation systems // Malecki E. and P. Oinas (eds) *Making Connections: Technological Learning and Regional Economic Change*. Aldershot: Ashgate, 1999. P. 7–33.
19. Storper M., Scott A. J. The geographical foundations and social regulation of flexible production complexes // J. Wolch and M. Dear (eds). *The Power of Geography: How Territory Shapes Social Life*. Boston: Unwin Hyman, 1989. P. 21–40.
20. *World Development Report 2009: Reshaping Economic Geography*. New York: World Bank, 2009.

F. Gubaidullina, D.Sc (Economics), Professor, Urals Federal University, Yekaterinburg, g-farida@yandex.ru

CLUSTER'S MICROECONOMICS

(ON THE EXAMPLE OF THE INDUSTRIAL DISTRICTS OF THE THIRD ITALY)

Special relations between companies within a cluster disclose the sources of efficiency and competitiveness of a cluster as a form of territorial organization of production. This article deals with clusters of small and medium-sized businesses in Italy, where clustering has become an additional source of increase of competitiveness of small firms. Such a study of an international experience is useful for Russia, where the importance of small and medium enterprises for the economy is still underestimated.

Key words: industrial districts, clusters, the Third Italy, competition, external economies, diffusion of innovation, small and medium-sized enterprises, subcontracting.