

МЕЖФИРМЕННАЯ КООПЕРАЦИЯ КАК ФАКТОР ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ¹

Бондаренко Наталия Евгеньевна

кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории РЭУ им. Г. В. Плеханова.

Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», 117997, Москва, Стремянный пер., д. 36.

E-mail: vita06@inbox.ru

В статье рассмотрены теоретические основы и предпосылки развития межфирменной кооперации; различные подходы и теории, дающие рост исследованиям в данной области. Особое внимание уделяется кооперации компаний в инновационной деятельности. Описаны факторы, влияющие как на вероятность осуществления кооперации в данной сфере, так и на ее снижение. Дан анализ инновационных кластеров как современной формы структурных образований экономики, основанной на межфирменной кооперации и направленной на повышение конкурентных преимуществ стран. Автор показывает отличие традиционных промышленных кластеров от инновационных, исследуя их специфику и особенности функционирования, направленные на усиление инновационной компоненты.

Ключевые слова: межфирменная кооперация, сеть, инновации, инновационная деятельность, инновационные кластеры, конкурентные преимущества.

INTER-FIRM COOPERATION AS A FACTOR OF INNOVATION DEVELOPMENT

Bondarenko, Natalia E.

PhD, Assistant Professor of the Department for Economic Theory of the PRUE.

Address: Plekhanov Russian University of Economics, 36 Stremyanny Lane, Moscow, 117997, Russian Federation.

E-mail: vita06@inbox.ru

The article discusses theoretical basis and pre-conditions of developing inter-firm cooperation; various approaches and theories fostering research in this field. Special attention is paid to companies' cooperation in innovation work. The author describes factors affecting the possibility of cooperation in the field and its decline. She also analyzes innovation clusters as an advanced form of structural economic entities, which is based on inter-firm cooperation and aimed at raising competitive advantages of countries. The article shows the difference between traditional industrial clusters and innovation ones, studies their features and specific functioning, whose target is strengthening innovation component.

Keywords: inter-firm cooperation, network, innovation, innovation work, innovation clusters, competitive advantages.

¹ Статья подготовлена по материалам исследования, проведенного при финансовой поддержке РФФИ, проект № 15-06-02171 А.

Проблема межфирменной кооперации стала объектом пристального изучения лишь в последние четыре десятилетия, хотя исторически сетевые образования проявлялись на протяжении последних веков в абсолютно различных формах. Еще в конце XVIII в. одно из фундаментальных открытий в данной области экономики заключалось в том, что занятые в производстве люди имели возможность производить больше, если они кооперировались друг с другом, специализируясь в различных видах продуктивной деятельности, а затем, вступая в сделки друг с другом с целью приобретения необходимых им товаров и услуг, т. е. осуществляя процессы разделения труда. Так, А. Смит описывал, как различные стадии процесса производства на фабрике булавок осуществлялись разными работниками, каждый из которых специализировался на выполнении одной операции, и как в результате этого объем производства во много раз превосходил тот, который был бы возможен, если бы каждый рабочий выполнял все стадии процесса в одиночку.

Как определенную предпосылку к изучению межфирменной кооперации в конце XIX в. можно рассматривать работу А. Маршалла «Принципы экономической науки» [12], где в главе «Организация производства. Концентрация специализированных производств в отдельных районах» им введено в научный оборот понятие промышленных (индустриальных) районов, в которых люди, проживающие на определенной территории и обладающие некими общими трудовыми навыками, объединяются в замкнутые промышленные образования, которые являются прообразом современных кластеров. Маршалл выделял три главных фактора, определявших повышенную производительность труда на малых и средних предприятиях: общий рынок квалифицированной рабочей силы, локальную торговлю между фирмами и территориальное межфирменное разделение труда. Эти факторы создавали в промышленном районе атмо-

сферу, стимулировавшую развитие производства. Формирующиеся в этих условиях межотраслевые взаимосвязи порождали основанный на объединении трудовых усилий синергетический эффект, способствующий разделению труда, специализации производства и, как следствие, повышению эффективности общественного производства [1. – С. 30].

Анализируя процессы развития межфирменной кооперации, необходимо отметить исследование К. Маркса, по определению которого производственная кооперация – это «та форма труда, при которой много лиц планомерно работают рядом и во взаимодействии друг с другом в одном и том же процессе производства или в разных, но связанных между собой процессах производства» [4. – С. 337]. Это взаимодействие многих производителей, будь то отдельные рабочие или производственные коллективы, формирует новую производственную платформу, повышающую эффективность индивидуальных усилий таких производителей. В основе производственной кооперации находится разделение труда: общее, частное и единичное. Первые два типа разделения общественного труда имеют в своей основе предметную специализацию, т. е. сосредоточение производителей на изготовлении одного или нескольких технологически взаимосвязанных видов законченной продукции. Третий тип, напротив, опирается на поддетальную и пооперационную специализацию отдельных работников (или подразделений) данной производственной единицы. Весь технологический процесс распадается здесь на отдельные участки по изготовлению того или иного компонента готового продукта либо по осуществлению той или иной технологической операции [5. – С. 43].

Причины возникновения межфирменной кооперации исследуются в многочисленных работах, относящихся к различным дисциплинарным и междисциплинарным подходам. Сложность объекта ис-

следования определяет многообразие взглядов на его объяснение.

Так, к числу фундаментальных теорий, дающих рост исследованиям в области межфирменной кооперации, можно отнести *теорию трансакционных издержек* О. Уильямсона [15], в которой обосновывается существование критического размера компании, после достижения которого рост внутренних издержек управления приводит к неэффективности иерархической структуры, необходимости перехода на рыночный или гибридный механизм управления трансакциями. Межфирменная кооперация в данном случае является результатом стремления компаний сократить издержки и уменьшить риски в своей деятельности. Здесь технологическая кооперация представляет собой гибридную структуру управления между иерархическими структурами и рынком [6].

Если рассматривать межфирменную кооперацию с позиции *концепции ресурсной зависимости* Дж. Пфеффера и Дж. Саланчика [13. – С. 40–41], то можно говорить о ней как о способе объединения имеющихся у компаний ресурсов, результатом которого может быть расширение ресурсного портфеля участников кооперации, а также появление дополнительного эффекта от масштаба. В этом случае можно предположить, что чем с большим числом различных по типу партнеров компания кооперирует свою деятельность, тем большую выгоду она может получить в результате данной деятельности.

Ресурсная теория в данном контексте перекликается с подходом в *теории фирмы*, основывающемся на знаниях и возможностях для обучения: происходящий в результате межфирменной кооперации обмен знаниями позволяет восполнять изначальный недостаток ресурсов и умений компании. Участие компании в кооперативном инновационном процессе дает ей возможность самой перенимать и накапливать знания и опыт; при этом чем больше у компании развита данная способность, тем более вероятно ее участие в со-

вместной инновационной деятельности. Такая связь межфирменной кооперации в инновационном процессе со способностью компаний к обучению и освоению информации была отмечена рядом исследователей как одна из составляющих инновационной кооперации [8. – С. 784; 14. – С. 438].

В рамках *отношенческого подхода* в теории стратегического менеджмента стимулом для кооперации является возникновение *отношенческой ренты*, которая не может быть получена изолированными компаниями. Она возникает благодаря применению специфических для конкретных партнеров активов, процедур совместного использования знаний, комплементарных ресурсов и способностей, а также эффективному управлению межфирменными взаимодействиями.

Преимущества устойчивых связей между фирмами, сохраняющими самостоятельность, находятся в центре *сетевых подходов*, изучающего различные горизонтальные и вертикальные структурные формы кооперации, формирующиеся из сетей фирм на рынке. Данный подход был разработан группой исследователей, занимавшихся проблемами *систем распределения*, процессов *интернационализации* промышленных компаний и маркетингового взаимодействия между организациями. Сетевой подход базируется на идее о том, что любая организация функционирует в пределах какой-то определенной сети, состоящей, как правило, из небольшого числа *поставщиков*, *покупателей* и других *контрагентов*, называемых субъектами сети. Эти субъекты взаимодействуют друг с другом, образуя между собой сеть долгосрочных взаимоотношений и взаимозависимостей, что позволяет им контролировать и получать доступ к ресурсам друг друга.

Таким образом, под *межфирменной кооперацией* понимается любая непрерывная совместная деятельность между предприятиями (фирмами) в рамках одной или нескольких отраслей, направленная на достижение совместных целей посредством объединения имеющихся у фирм ресурсов

за счет достижения синергетического эффекта. При этом фирмы остаются независимыми, сотрудничая на основе заключенного между ними договора. Субъектами данных отношений могут выступать организации любого юридического статуса и любой формы собственности. При этом следует отметить, что ряд исследователей исключают из данного понятия аутсорсинг, лицензирование и договоры купли-продажи, а также краткосрочные отношения.

У ученых, занимающихся вопросами межфирменной кооперации, существует общая точка зрения на причины происходящих организационных изменений. Среди них выделяют глобализацию бизнеса, усиление международной конкуренции, усиление процессов обновления технологий и их стремительное массовое распространение, рост неопределенности внешней среды, требующий принципиально новых подходов к организации бизнес-процессов, развитие компьютерных сетей и создание на их основе межорганизационных информационных систем, позволяющих обрабатывать и анализировать огромные массивы информации. Однако в силу каких обстоятельств межфирменная кооперация выступает в качестве наиболее оптимальной альтернативы для современных компаний, при каких условиях происходит выбор конкретной формы сотрудничества – вопросы, продолжающие оставаться предметом оживленных споров в научном сообществе.

Опыт развития производства на всем протяжении XX в. продемонстрировал готовность компаний перейти от обособленных действий на рынке к более согласованной политике взаимоотношений с фирмами-партнерами, конечными потребителями и конкурентами. Так, например, в период с 1916 по 1938 г. международные картели американских и европейских компаний, задачей которых было подавление конкурентов на внешних рынках, получили развитие в целом спектре отраслей. В период активного зарождения и

развития процессов глобализации хозяйственной деятельности усиливающиеся кооперационные связи фирм и организаций обусловили появление принципиально новой организационной единицы – квазифирмы, т. е. системы эксклюзивных отношений между фирмами, отличающейся долгосрочным, стабильным характером взаимосвязей и закрепляемой совокупностью контрактов, заключаемых как в письменной (явной), так и в социальной (неявной) формах. Данная форма межфирменного сотрудничества, координируемая рыночными принципами вместо административных, стала использоваться в качестве замены многоуровневых иерархий.

Для поддержания конкурентных позиций компаниям необходимо не только постоянно совершенствовать технологии производства и создавать новые продукты, но и искать новые источники конкурентных преимуществ, связанных с созданием нематериальных активов. К таким источникам можно отнести систему взаимовыгодных отношений компании, а также высокую способность к обучению, получению и применению новых знаний и навыков, что также может стать результатом формирования кооперационной системы взаимодействия участников рынка. Нематериальные активы особенно важны для успешной инновационной деятельности компании, характеризующейся высокой степенью риска, уровнем затрат, необходимым объемом информации, а также уровнем знаний и навыков.

В последние десятилетия особенно ярко проявилась тенденция к кооперации компаний в инновационных процессах, позволяющая объединить ресурсы и навыки различных участников, а также сократить издержки по проведению исследований и разработок. Повышение степени кооперации между компаниями на различных уровнях производственной цепочки и усложнение формальных и неформальных связей объясняют стремление компаний к сокращению транзакционных издержек для увеличения уровня конкурентоспо-

способности. Кроме того, взаимовыгодные партнерские отношения оказывают влияние не только на стоимость и качество проводимых исследований и разрабатываемых продуктов, но и на уменьшение степени риска и неопределенности, создавая основу для конкурентных преимуществ компаний.

В исследованиях инноваций и инновационной деятельности можно выделить два подхода (две модели) к описанию природы инновационного процесса: *традиционный последовательный подход* и *синхронный подход*. Традиционный последовательный подход рассматривает инновационный процесс как совокупность линейных и предсказуемых этапов по созданию инновации, описывая его как вертикальный процесс. Данный подход анализирует инновации скорее на уровне фирмы, чем на интеграционном уровне взаимодействия различных рыночных агентов. Он чаще всего берется за основу в современных состоявшихся методологиях по исследованию инноваций и может быть использован для описания ряда крупных инновационных проектов. Однако для объяснения подавляющего количества небольших, но важных в перспективе инкрементальных инноваций необходимо применять синхронный подход.

Синхронный подход рассматривает инновации как кумулятивную деятельность, базирующуюся на всем массиве ранее проведенных исследований (как внутри, так и за пределами организации) на основе общедоступных или принадлежащих другому субъекту знаний. В отличие от первого подхода основной акцент здесь сделан на механизмах взаимоотношений и постоянной обратной связи между различными агентами рынка. При этом важная роль отводится внутренней (между отделами фирмы) и внешней (между различными контрагентами) кооперации [9. – С. 720–721]. В данном подходе кооперация между контрагентами включает в себя не только совокупность простых вертикальных взаимоотношений, но и более сложные верти-

кальные и горизонтальные связи между агентами рынка. В рамках данного подхода повышается важность создания и поддержания стратегических отношений и альянсов, формирования сетей сотрудничества с другими коммерческими и некоммерческими организациями.

В рамках инновационной деятельности кооперация создает такие выгоды, как доступ к внешним ресурсам различной природы, достижение эффекта масштаба и синергии в исследовательских проектах, снижение риска невозврата инвестиций и дублирования усилий, а также повышение стимула к инвестициям в инновации. Кроме того, кооперация в инновационной деятельности приносит такие выгоды, как сокращение времени на принятие решений в рамках инновационной активности, на разработку и вывод продукта на рынок, а также снижение издержек на разработку и создание инновационных продуктов и повышение качества самих разработок.

В исследованиях, связанных с инновациями, отмечается связь между размерами компаний и уровнем их инновационной активности. Результаты исследований показывают, что вероятность внедрения радикальных инноваций небольшими компаниями выше, чем крупными, устойчивыми корпорациями [7. – С. 155], что может быть связано с предположением о более высоком уровне кооперации небольших компаний. Ввиду того что кооперация помогает преодолеть основной барьер инновационной деятельности фирм небольшого размера – недостаток ресурсов, особую важность межфирменная инновационная кооперация приобретает для компаний малого и среднего бизнеса [14. – С. 340], поскольку инновации в них часто требуют доступа к дополнительным ресурсам, лежащим за границами возможностей самой фирмы. В данном случае основными мотивами кооперации таких компаний являются разработка новых продуктов, финансовые или экономические преимущества, усиление позиции на рынке, приобретение ноу-хау и достиже-

ние эффекта синергии. Подтверждением важности кооперации для предприятий малого бизнеса является факт создания кластеров и инкубаторов для начинающих инновационных высокотехнологичных компаний во многих экономически развитых и развивающихся странах мира. Таким образом, можно выдвинуть предположение о том, что вероятность вступления в инновационные кооперативные отношения предприятий малого и среднего бизнеса выше, чем более крупных компаний.

Среди мотивов к совместному участию компаний в исследованиях и разработках выделяются мотивы, связанные:

1) с базовыми и прикладными исследованиями, а также с общими характеристиками технологического процесса, такими как:

- увеличение уровня сложности и межотраслевой характер новых технологий, усиление синергии и взаимозависимости различных технологических областей, затруднение доступа к научным знаниям и необходимость мониторинга всего имеющегося и создаваемого массива технологий и научного знания;

- снижение, минимизация и разделение риска инновационной деятельности;
- сокращение и разделение издержек на исследования и разработки;

2) конкретным инновационным проектом:

- доступ к трансферу технологий;
- сокращение жизненного цикла продукта, уменьшение периода между созданием и коммерциализацией нового продукта;

3) доступом к рынкам и поиском возможностей:

- мониторинг изменений и возникновения новых возможностей в окружающей среде;

- интернационализация, глобализация и выход на новые зарубежные рынки;

- новые продукты и рынки, расширение продуктовой линейки.

Первая группа приведенных мотивов в наибольшей степени влияет на уровень кооперации компаний в инновационной деятельности. Но следует отметить, что

причины кооперации компаний, а также выбор того или иного типа партнеров зависят от различных факторов, под воздействием которых находится отдельная компания.

Факторы, определяющие кооперацию в инновационных процессах, во многом перекликаются с факторами, влияющими на инновации в целом. К их числу относят динамические факторы, определяющие инновации внутри фирмы; человеческие и социальные факторы, определяющие распространение информации и обучение в организации; влияние научных организаций; базовые условия и институты, устанавливающие зону возможностей для инноваций.

Анализ исследований в области инноваций, кооперационных процессов и стратегического взаимодействия компаний в рамках сетей позволяет выделить ряд факторов, влияющих на вероятность осуществления кооперации в инновационном процессе, а также на эффективность (успешность) данной деятельности.

В соответствии с природой и субъектами влияния все факторы, определяющие совместное участие в инновационной активности, можно разделить на семь групп:

1) *внутренние факторы* (характеристики организаций – участниц кооперации): размер, возраст компании, имеющиеся способности, ключевые компетенции и динамические способности, возможность доступа к различным видам ресурсов. Так, способность к обучению, возможность получения государственного финансирования, более высокий уровень внешних эффектов и число сотрудников выше среднего уровня были отнесены к факторам, повышающим вероятность кооперации [10. – С. 1085]. Кроме того, чем выше у компании склонность к инновациям или чем ближе она находится к передовой технологической границе, тем выше вероятность ее кооперации;

2) *характеристики проекта* (разрабатываемой и/или внедряемой инновации): тип (продуктовая/процессная), уровень

новизны, необходимый объем инвестиций, сфера научных знаний и др.;

3) *характеристики взаимоотношений на дуальном уровне* (уровень приверженности, доверия, продолжительность взаимоотношений, сопоставимость ценностей и целей компаний и др.): можно предположить, что чем выше качество взаимоотношений между партнерами, тем большие результаты от кооперации они могут получить и, следовательно, тем выше вероятность совместной инновационной активности [11. – С. 581];

4) *структурные и количественные характеристики сети* (структура сети): возможность осуществления сделки, централизация, сетевые связи, число ролей каждого участника сети;

5) *особенности функционирования отрасли и сегмента*: например, в секторах со сравнительно более высокой инновационной интенсивностью вероятность кооперации в инновационной деятельности выше;

6) *несовершенство рынка* в данной отрасли на рассматриваемом рынке: асимметричность информации, оппортунизм, специфичность активов и пр.;

7) *институциональные факторы*, определяющие поле деятельности компаний: законодательная система, уровень бюрократии, степень защищенности интеллектуальной собственности и др.

Выделяются и группы факторов, которые могут служить барьером для осуществления инновационной деятельности:

1) *экономические* (чрезмерно высокие предполагаемые риски; высокая стоимость инноваций; отсутствие подходящих источников финансирования; долгий срок окупаемости инноваций);

2) *внутренние* (недостаточный инновационный потенциал; сложность контроля над расходами на инновации; высокий уровень сопротивления изменениям в фирме; сложность доступа к внешним услугам; отсутствие квалифицированных кадров, информации о технологии и рынках, возможностей для сотрудничества);

3) *другие причины* (отсутствие технологической возможности, инфраструктуры,

необходимости в инновационных изменениях в связи с ранними введениями инноваций; низкий уровень защищенности прав собственности; особенности законодательства, нормы, правила, стандарты, налогообложение; отсутствие реакции на новые продукты и процессы со стороны клиентов).

Необходимо учитывать, что на каждом этапе инновационной деятельности компании находятся под воздействием всего спектра факторов и барьеров, но уровень влияния каждого из них может варьироваться во времени и в зависимости от преследуемых компанией целей [2].

Так, мировой опыт управления инновационным и научно-техническим развитием регионов показывает, что на этом уровне под влиянием перечисленных факторов происходит объективный процесс синтеза научной, промышленной, экономической и социальной политики в форме специфических образований, получивших название «*инновационные кластеры*», с целью создания и поддержания среды, благоприятствующей созданию и активному использованию нововведений.

Спецификой таких кластеров является получение организациями, входящими в них, синергетического эффекта, выражающегося в повышении конкурентоспособности всей системы по сравнению с отдельными хозяйствующими субъектами. Кластерный механизм повышения конкурентоспособности основан на эффективном сочетании внутрикластерной кооперации в процессе производства продукции с внутренней конкуренцией в рамках инновационного кластера. При этом важно подчеркнуть сетевой характер взаимодействия его участников, поскольку именно горизонтальная интеграция в данном случае способствует формированию строго ориентированной цепочки распространения новых знаний, технологий и инноваций.

Инновационный кластер, являясь наиболее эффективной формой достижения высокого уровня конкурентоспособности, представляет собой неформальное объеди-

нение усилий различных организаций (промышленных компаний, исследовательских центров, индивидуальных предпринимателей, органов государственного управления, общественных организаций, вузов и т. д.). Объединение в инновационный кластер на основе вертикальной интеграции формирует не спонтанную концентрацию разнообразных технологических изобретений, а строго ориентированную систему распространения новых знаний, технологий и инноваций. При этом формирование сети устойчивых связей между всеми участниками кластера является важнейшим условием эффективной трансформации изобретений в инновации, а инноваций – в конкурентные преимущества.

Кластеры инновационной деятельности создают новый продукт или услугу усилиями нескольких фирм или исследовательских институтов, что позволяет ускорить их распространение по сети деловых взаимосвязей. Инновационная структура кластера способствует снижению совокупных затрат на исследование и разработку новшеств с последующей их коммерциализацией за счет высокой эффективности производственно-технологической структуры кластера. Это позволяет участникам кластера стабильно осуществлять инновационную деятельность в течение продолжительного времени.

Считается, что кластеры обладают большей способностью к нововведениям вследствие ряда причин:

- фирмы – участники кластера способны более адекватно и быстро реагировать на потребности покупателей за счет более широкой потребительской сети, чем у единичного производителя;

- участникам кластера облегчается доступ к новым технологиям, используемым на различных направлениях хозяйственной деятельности;

- в инновационный процесс включаются поставщики и потребители, а также предприятия других отраслей;

- в результате межфирменной кооперации уменьшаются издержки на НИОКР;

- фирмы в кластере находятся под интенсивным конкурентным давлением, которое усугубляется постоянным сравнением собственной хозяйственной деятельности с работой аналогичных компаний.

В отличие от традиционных промышленных кластеров инновационные кластеры представляют собой систему тесных взаимосвязей не только между фирмами, их поставщиками и клиентами, но и институтами знаний, среди которых крупные исследовательские центры и университеты, являясь генераторами новых знаний и инноваций, обеспечивают высокий образовательный уровень региона. Появляется возможность координации усилий и финансовых средств для создания нового продукта и технологий и выхода с ними на рынок. Таким образом, в рамках кластера становится возможным выстраивание замкнутой технологической цепочки от создания продукта до его производства и вывода на рынок [3. – С. 21].

Кроме того, несомненным преимуществом для усиления инновационной компоненты в кластерах является особенность их функционирования:

- уход от жесткого управления, присущего холдингам и другим подобным структурам, и переход к гибким сетевым структурам, способным повысить активность агентов-новаторов;

- адаптивность и восприимчивость агентов, реализующих инновационные идеи, и реактивность агентов, обеспечивающих этот процесс финансовыми и другими ресурсами. Такая гибкая сетевая структура обеспечивает эффективную трансформацию изобретений в инновации, а инноваций – в конкурентные преимущества.

Инновационные кластеры создаются целенаправленно для формирования динамичной среды и механизмов, способствующих росту возможностей для развития компаний-участниц и их инновационного потенциала и формируются, как правило, там, где осуществляется или ожидается прорыв в области техники и технологии

производства с последующим выходом на новые рыночные ниши. В этой связи многие страны все активнее используют кластерный подход в формировании и регулировании своих национальных инновационных программ.

Таким образом, на современном этапе развития мирового хозяйства, характеризующегося радикальными изменениями в структуре межфирменных взаимоотношений и усилением интеграционных процессов на всех уровнях, особо актуальной становится проблема взаимоотношений долгосрочного характера между независи-

ми участниками совместной экономической деятельности.

Межфирменная кооперация как форма сотрудничества и взаимодействия хозяйствующих субъектов экономики в контексте инновационной деятельности может рассматриваться в качестве одной из наиболее устойчивых форм сотрудничества, оказывающей прямое или опосредованное влияние на результаты инновационной деятельности, синергетический эффект которой можно проследить в экономических результатах.

Список литературы

1. Бондаренко Н. Е. Инновационные кластеры: теоретические основы и формы организации // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2015. – № 5 (83). – С. 29–41.
2. Дементьев В. Е. Условия координации экономической деятельности как фактор формирования организационных структур // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2015. – № 2 (80). – С. 55–63.
3. Дубовик М. В. От креативных кластеров к креативной экономике // Вестник экономической интеграции. – 2011. – № 8. – С. 14–23.
4. Маркс К., Энгельс Ф. Собр. соч. – 2-е изд. – Т. 23.
5. Пискулов Ю. В., Посысаев Ю. Ю., Савинов Ю. А. Концептуальные черты современной межфирменной производственной кооперации // Российский внешнеэкономический вестник. – 2014. – № 11. – С. 42–59.
6. Устюжанина Е. В. Формы интеграции бизнеса: взгляд с позиций институциональной теории // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2015. – № 2 (80). – С. 34–45.
7. Хомич С. Г. Межфирменная кооперация в инновационной деятельности: теоретические основы анализа // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия «Менеджмент». – 2014. – Вып. 3. – С. 135–176.
8. Corsaro D., Cantu C., Tunisini A. Actors' Heterogeneity in Innovation Networks // Industrial Marketing Management. – 2012. – Vol. 41. – P. 780–789.
9. Erbes A., Robert V., Yoguel G. Capacities, Innovation and Feedbacks in Production Networks in Argentina // Economics of Innovation and New Technology. – 2010. – Vol. 19. – N 8. – P. 719–741.
10. Faria P., Lima F., Santos R. Cooperation in Innovation Activities: The Importance of Partners // Research Policy. – 2010. – Vol. 39. – N 8. – P. 1082–1092.
11. Inemek A., Matthyssens P. The Impact of Buyer-Supplier Relationships on Supplier Innovativeness: An Empirical Study in Cross-Border Supply Networks // Industrial Marketing Management. – 2013. – Vol. 42. – P. 580–594.
12. Marshall A. Principles of Political Economy : in 3 vol. – Vol. 1. – M. : Progress, 1983.
13. Pfeffer J., Salancik G. The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective. – Ch. 3. – New York : Harper and Row, 1978. – P. 39–61.

14. Westerlund M., Rajala R. Learning and Innovation in Inter-Organizational Network Collaboration // *Journal of Business and Industrial Marketing*. – 2010. – Vol. 6. – P. 435–442.

15. Williamson O. E. *The Economic Institutions of Capitalism*. – New York : The Free Press, 1985.

Reference

1. Bondarenko N. E. Innovatsionnye klastery: teoreticheskie osnovy i formy organizatsii [Innovation Clusters: Theoretical Foundation and Organizational Forms]. *Vestnik Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanova* [Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics], 2015, No. 5 (83), pp. 29–41. (In Russ.).

2. Dement'ev V. E. Usloviya koordinatsii ekonomicheskoy deyatel'nosti kak faktor formirovaniya organizatsionnykh struktur [Conditions of Economic Activity Coordination as a Factor of Shaping Organizational Structures]. *Vestnik Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanova* [Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics], 2015, No. 2 (80), pp. 55–63. (In Russ.).

3. Dubovik M. V. Ot kreativnykh klasterov k kreativnoy ekonomike [From Creative Clusters to Creative Economy]. *Vestnik ekonomicheskoy integratsii* [Bulletin of Economic Intergation], 2011, No. 8, pp. 14–23. (In Russ.).

4. Marx K., Engels F. *Collection of Works*, 2nd Edition, Vol. 23. (In Russ.).

5. Piskulov Yu. V., Posysaev Yu. Yu., Savinov Yu. A. Kontseptual'nye cherty sovremennoy mezhfirmennoy proizvodstvennoy kooperatsii [Conceptual Features of Current Inter-Firm Industrial Cooperation]. *Rossiyskiy vneshneekonomicheskii vestnik* [Russian Foreign Economic Bulletin], 2014, No. 11, pp. 42–59. (In Russ.).

6. Ustyuzhanina E. V. Formy integratsii biznesa: vzglyad s pozitsiy institutsional'noy teorii [Forms of Business Integration: View from the Positions of Institutional Theory]. *Vestnik Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanova* [Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics], 2015, No. 2 (80), pp. 34–45. (In Russ.).

7. Khomich S. G. Mezhhfirmennaya kooperatsiya v innovatsionnoy deyatel'nosti: teoreticheskie osnovy analiza [Inter-Firm Cooperation in Innovation Activity: Theoretical Principles of Analysis]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo uniuersiteta. Seriya «Menedzhment»* [Bulletin of St. Petersburg University. Series 'Management'], 2014, Vol. 3, pp. 135–176. (In Russ.).

8. Corsaro D., Cantu C., Tunisini A. Actors' Heterogeneity in Innovation Networks. *Industrial Marketing Management*, 2012, Vol. 41, pp. 780–789.

9. Erbes A., Robert V., Yoguel G. Capacities, Innovation and Feedbacks in Production Networks in Argentina. *Economics of Innovation and New Technology*, 2010, Vol. 19, No. 8, pp. 719–741.

10. Faria P., Lima F., Santos R. Cooperation in Innovation Activities: The Importance of Partners. *Research Policy*, 2010, Vol. 39, No. 8, pp. 1082–1092.

11. Inemek A., Matthyssens P. The Impact of Buyer-Supplier Relationships on Supplier Innovativeness: An Empirical Study in Cross-Border Supply Networks. *Industrial Marketing Management*, 2013, Vol. 42, pp. 580–594.

12. Marshall A. *Principles of Political Economy*, in 3 vol., Vol. 1. Moscow, Progress, 1983.

13. Pfeffer J., Salancik G. The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective. Ch. 3. New York, Harper and Row, 1978, pp. 39–61.

14. Westerlund M., Rajala R. Learning and Innovation in Inter-Organizational Network Collaboration. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 2010, Vol. 6, pp. 435–442.

15. Williamson O. E. *The Economic Institutions of Capitalism*. New York, The Free Press, 1985.