

© 2013 г.

Андрей Нецадин

кандидат социологических наук

зам. директора Института региональных исследований и проблем
пространственного развития Финансового университета при Правительстве РФ
(e-mail: ansteel@mail.ru)

Григорий Тульчинский

доктор философских наук

профессор кафедры прикладной политологии НИУ Высшая школа экономики–
Санкт-Петербург
(e-mail: gtul@mail.ru)

СМЕНА ПАРАДИГМЫ СТРАТЕГИИ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ

Суть происходящей смены парадигмы в разработке стратегий пространственного развития России заключается в переходе от планового подхода точечного размещения производств с последующим формированием поселенческой структуры к формированию поселенческой структуры в виде агломераций и созданию конкурентных условий для развития кластеров и инновационных технологий.

Ключевые слова: агломерации, брендинг, кластеры, стратегия регионального развития.

Сегодня формируется новая стратегия пространственного развития России. Изживается традиционный для социалистического планирования точечный подход к размещению производств с последующим формированием поселенческой структуры и начинает реализовываться новая парадигма – формирование поселенческой структуры в виде агломераций и созданию конкурентных условий для развития кластеров и инновационных технологий.

Новые условия и требования регионального развития. Основой реализации стратегий развития регионов являются инвестиционные проекты, осуществляемые на данной территории. В ситуации настоящего времени более не действуют подходы, традиционные для социалистического планирования.

- Если развитие социальной, транспортной, социальной и инженерной инфраструктуры в основном зависит от выполнения мероприятий соответствующих целевых программ, то экономическое развитие, в том числе производственных отраслей и экономики в целом определяется реализацией частных инвестиционных проектов.

- При этом создание новых крупных производств с численностью работников более 2-3 тысяч человек сегодня, за редким исключением, невозможно. Создаются в основном средние и малые предприятия.
- В стране и регионе ощущается недостаток инвестиционных ресурсов, что вызывает конкуренцию за инвестиции между регионами. Повышаются требования к региону со стороны инвесторов особенно в сфере гарантий и разделения рисков и т.п.
- У регионов нет единого с собственниками представления об инвестиционных намерениях предприятий, в результате чего невозможно спрогнозировать ситуацию в социально-экономической сфере с достаточной точностью и вероятностью.
- Для успешной модернизации и перехода к экономике развития нужны не только стратегии, но и конкретные стимулирующие действия, подкрепленные ресурсами.

Сегодня прогнозы и основанные на этих прогнозах стратегии и планы регионального развития на практике нередко носят декларативный характер, а запланированные количественные данные о будущем развитии регионов, как правило, не подтверждаются в процессе реализации.

Само «наполнение» разработки стратегий должно измениться. Так, например, эффективная промышленная политика в условиях ограниченности ресурсов должна быть направлена на создание инновационно-промышленных кластеров, основанных на глубоком взаимодействии и сотрудничестве между крупным и малым бизнесом, властью, вузами, НИИ. Применение кластерного подхода позволит решить вопросы взаимодействия крупного бизнеса и малого предпринимательства, взаимно способствующих росту конкурентоспособности друг друга. Кластеры становятся важным инструментом государственной политики комплексного социально-экономического развития регионов России. Стратегия должна включать мероприятия по созданию системы поддержки инноваций и технологического развития.

Для достижения устойчивой конкурентоспособности региона большую роль играет выявление факторов роста конкурентоспособности, формирование системы эффективного управления этими факторами. Конкурентность региона является важнейшей характеристикой состояния и перспектив стратегического развития региональной хозяйственной системы, выступает гарантом роста благосостояния и качества жизни.

Кластерный подход. Особое внимание Федерального центра и региональных органов публичной власти следует уделить формированию кластеров. Кластерная политика – относительно новый инструмент про-

ектного регионального развития. Кластеры¹ представляют собой плотную сеть взаимодополняющих субъектов экономической деятельности, объединенных участием в цепочке создания стоимости и локализованных на определенной территории. Основным отличием кластеров от технико-внедренческих и производственно-промышленных особых экономических зон является, как правило, определенная специализация и де-факто существующая пространственная конфигурация кластера («ненулевой уровень»).

Кластерный подход позволяет участникам кластера использовать единую транспортную, ресурсную, инженерно-коммунальную, рыночную инфраструктуру (консалтинг, логистика и пр.), инфраструктуру поддержки бизнеса (технопарки, бизнес-инкубаторы, центры трансфера технологий, венчурные фонды). Кроме того, участие в кластере обеспечивает преимущества координации в процессе создания добавленной стоимости, что позволяет предлагать друг другу наиболее оптимальные модели взаимодействия (например, спецификация выпуска товаров, удобная логистика). В кластере обеспечивается синергетический эффект: растет производительность и повышается конкурентоспособность выпускаемых товаров и предлагаемых услуг.

Кластеры формируют инновационную среду территории, на долгосрочный период определяют перспективные экономические специализации субъектов Российской Федерации.

Основными инструментами создания кластеров могут являться образование проектного центра развития кластеров (создание комфортных условий для инноваций и инвестиций, консультирование, медиаторство), инженерно-коммунальное обустройство территории кластеров, создание инфраструктуры поддержки бизнеса, меры налогового стимулирования (таможенные пошлины, ускоренная амортизация, администрирование и пр.), сокращение институциональных барьеров.

Мировой финансовый кризис замедлил процесс создания кластеров в России, но уже в 2010 г. было создано два новых кластера: инновационный центр «Сколково» (территориально обособленный комплекс, технополис) и инновационный туристический кластер на Юге России (6 туристическо-рекреационных особых экономических зон). Кластерный подход получил свое развитие в ряде крупных модернизационных проектов, предлагаемых к реализации с привлечением средств Инвестиционного фонда Российской Федерации. В 2012 году правительством РФ определе-

¹ Выделяют следующие типы кластеров: производственные, инновационные, туристические кластеры и транспортно-логистические узлы (кластеры).

ны 25 инновационных пилотных кластеров, для которых разработаны КИПы и предусмотрена поддержка на федеральном уровне.

По нашему мнению, эти новые подходы и особенно разработка КИПов муниципальных образований, кластеров и агломераций должны найти свое отражение в программах преподавания региональной экономики в вузах.¹

Роль агломераций. Исторический тренд развития человечества связан с концентрацией населения в городах, расширением и углублением урбанизации. Мануфактурное производство, последовавшие затем индустриализация, бурное развитие университетов, научных центров не только обеспечили формирование масштабных рынков труда и привлекательности городского образа жизни. Именно города, мегаполисы и агломерации концентрируют сегодня экономические ресурсы и человеческий капитал, играют ключевую роль в возникновении и продвижении инноваций. Для понимания этого достаточно проследить закономерность нарастающей концентрации населения в урбанизированной среде мегаполисов, что свойственно не только малым странам, но и государствам, сопоставимым с Россией по территории и плотности населения, таким как Канада, США, Австралия, Бразилия. Более того, Китай объявил о создании в течение ближайших 5 лет мегаполиса с населением 42 млн человек на базе столицы провинции Гуандун города Гуанчжоу и прилегающих городов. В мегаполисе Гуандун уже сейчас сконцентрировано 15% китайской экономики. Эта сыгравшая роль локомотива китайского рывка провинция и ее новый супергород должны теперь превратиться в столицу высоких технологий Азиатско-Тихоокеанского региона. А учитывая, что высокоскоростные магистрали соединят Гуанчжоу с близлежащими Гонконгом и Макао, можно считать, что существует перспектива создания нового центра современной цивилизации.

Эта тенденция имеет большое значение и для России, что, к сожалению, не всегда осознается. Нельзя не признать, что в советское время наша страна развивалась вопреки общецивилизационному тренду, распыляя основные фонды по своей необъятной территории – в силу идеологической утопии «стирания граней между городом и деревней» и ложно понимаемых соображений военной безопасности. Это также дополнялось системой прописки, жесткими ограничениями на переезд в крупные города. Не случайно, когда все эти противоестественные барьеры исчезли вместе с распадом советской системы, наша страна быстро вернулась в

¹ Финансовым университетом, совместно с Южным федеральным университетом, в 2012 году выпущено учебное пособие по формированию КИПов муниципальных образований.

цивилизационный тренд, столкнувшись с интенсивнейшим притоком мигрантов в большие города, с неадекватностью ему рынков труда и жилья. Это породило проблему уязвимости «моногородов», а с учетом слабости транспортной инфраструктуры – массу других проблем экономического и социального развития.

Россия является самой протяженной в мире страной. Перспективы развития регионов связаны с повышением производственного и научного потенциала, емкости локальных рынков, преодолением пространственных барьеров и сжатием экономического пространства. Незрелая транспортная и логистическая инфраструктура снижает ценовые конкурентные преимущества национальных производителей не только на внешних, но и на внутренних рынках, сокращает радиус перемещения товаров и дестимулирует укрепление единства экономического пространства страны.

По данным ООН, к 2020 г. численность населения мира увеличится на 11 % (на 780 млн человек) и достигнет значения в 7,674 млрд человек. За этот же период население России по среднему варианту прогноза Росстата практически не изменится и составит 141,9 млн человек. Усиление контрастности развития территорий будет усиливать разницу в людности и социально-экономическом потенциале населенных пунктов и регионов.

В этой связи необходимо стимулирование и упорядочение процессов территориальной самоорганизации расселения – образования агломераций городов и населенных пунктов.¹ Формирование крупных агломераций неизбежно втягивает в зону своего экономического влияния населенные пункты и муниципальные районы вне своего административно-территориального деления. Сегодня рано предлагать внесение изменений в структуру административно-территориального деления, но вопрос координации социально-экономического развития новых, объективно складывающихся территориальных образований (которые по советской терминологии можно определить как научно-производственный территориальный комплекс) должен быть решен в ближайшее время.

Агломерации и кластеры – взаимосвязанная саморазвивающаяся система. В этой ситуации основными являются два дополняющих друг друга процесса – развитие агломераций и инновационно-промышленных кластеров. При этом развитие агломераций способствует развитию кластеров (Москва, Санкт-Петербург, Красноярск и т.д.), а развитие класте-

¹ Подробнее см.: Модернизация России: территориальное измерение. СПб: Алетей, 2011, а также: Нецадин А.А., Тульчинский Г.Л. Развитие неурбанизированных территорий: инновации и социальное партнерство. // Общество и экономика. 2012, № 11.

ров формирует агломерации (нефте-химический кластер Башкортостана, автомобилестроительный кластер Татарстана).

При этом агломерационная политика сегодня находится в режиме формирования и пока не решает проблемы управления ими. Сегодня явно формируются две мощные агломерации, которые в значительной мере оказывают влияние на социально-экономическое развитие страны. Это Московская и Санкт-Петербургская агломерации. При этом их влияние уже вышло за пределы только Московской и Ленинградской областей. К тому же организация скоростного транспортного сообщения приведет к увеличению границ этих агломераций вдоль транспортных коридоров. С учетом наиболее высокой покупательной способности населения этих двух городов создаются не только единый рынок труда, но и общий рынок товаров и услуг, система логистики и транспортной схемы.

Калужская область провела значительную работу по привлечению иностранных инвесторов, особенно в автомобильный и пищевой кластеры, однако в определенной мере сыграла свою роль близость к Москве как рынку сбыта и влияние формирующейся агломерации. Также и Санкт-Петербург оказывает значительное влияние на развитие Новгородской и Псковской областей.

Поэтому отдельное формирование стратегий развития областей, без учета влияния векторов развития соседних, это дорога в никуда. Сейчас необходимо рассматривать стратегии развития в более широком смысле, а не в рамках административно-территориального деления.

Роль университетов. Экономический рост, как и рост благосостояния, обеспечивается не объемом труда, не ростом эксплуатации, не природной рентой, даже не накоплением капитала. Все эти факторы важны, но в конечном счете цивилизационное развитие обеспечивают реализуемые инновации, научно-технические разработки и достижения. Их источником не могут быть как упомянутые ресурсы, так и сами по себе институциональная среда, культурные традиции. Институты и культуры не могут сами по себе порождать новое. Они не могут задавать вопросы, поскольку они по своей природе являются нормами поведения. В этом плане они самодостаточны, ориентированы не на задавание новых вопросов и не на поиск решения проблем, а дают готовые ответы на все вопросы. Вопросы задают люди, способные выходить за рамки сложившихся стереотипов, открывающие новые горизонты и пути продвижения к ним.

Поэтому любое развитие, тем более ориентированное на модернизацию и инновации, предполагает концентрацию научного и технического творческого потенциала, соответствующего человеческого капитала. Не случайно, все инновационные кластеры (как зарубежные, так и успешные

отечественные) или строятся вокруг научно-исследовательских и образовательных центров (как наукограды, ЗАТО) или предполагают их создание.

Курс на создание исследовательских университетов в принципе верен. Только надо учитывать, что это принципиально новая модель организации науки и образования в нашей стране. Наукой у нас со времен Петра I занимается Академия наук, образованием – вузы, а инженерно-техническая деятельность в советское время реализовывалась в развитой сети отраслевых НИИ.

В результате поспешной и непродуманной приватизации было утрачено важнейшее промежуточное звено отраслевых НИИ, обеспечивавших доводку научных разработок до конкретных инженерных решений. Поэтому в настоящее время сложился опасный разрыв между фундаментальной наукой, сконцентрированной в центрах и институтах РАН, и предприятиями.

Нынешний же российский бизнес еще не имеет традиции и ориентации на инвестиции в научно-технические разработки. А вузы, особенно технические, не имеют достаточной для этого материально-технической и кадровой базы.

Поэтому курс на создание агломераций-кластеров способен ускорить процесс интеграции науки, инженерной мысли и производства.

В этой связи примечательна наметившаяся тенденция создания новых подобных кластеров. Так, в Санкт-Петербурге, в силу отмеченных выше причин деиндустриализации, машиностроение и судостроение – традиционно ведущие отрасли городской экономики, составившие его славу – утратили свое ведущее положение. На первые позиции вышла пищевая промышленность. Однако в городе без особого участия государства возникли и интенсивно развиваются кластеры производства программного обеспечения и фармакологии нового поколения. И, само собой разумеется, что такой бизнес решающим образом зависит от возможности привлечения свежих молодых мозгов. Этот запрос нашел отклик и понимание в санкт-петербургском Национальном исследовательском университете информационных технологий механики и оптики (ИТМО) и в санкт-петербургской Государственной химико-фармацевтической академии.

На базе ИТМО был создан технопарк – своего рода инкубатор специалистов, которые со студенческой скамьи участвуют в разработке и продвижении программных продуктов в формате аутсорсинга, и даже создают новые рабочие места. Это создало основу глубокого сотрудничества университета и НП РУССОФТ, которое является крупнейшим и наиболее влиятельным объединением компаний-разработчиков программного обеспечения России. Объединение образовано в 2004 г. в результате слияния Консорциума «Форт-Росс» с Национальной ассоциацией разра-

ботчиков программного обеспечения. Центральный офис Партнерства находится в Санкт-Петербурге. Сегодня в кластер входят более 60 компаний, работающих в области информационных технологий со штатом более 17000 высококвалифицированных сотрудников, имеющих высшее образование в области программирования и прикладной математики. Компании-члены РУССОФТ являются абсолютными лидерами по внедрению СММИ/ISO в Европе, развивая долгосрочные отношения с нашими партнерами и заказчиками, среди которых такие компании, как IBM, Boeing, SAP, Procter&Gamble, CSC и многие другие.

РУССОФТ тесно сотрудничает с ведущими университетами, студенты которых неизменно занимают лидирующие позиции в международных олимпиадах по программированию, таких как ACM International Collegiate Programming Contest. Поэтому интерес к ИТМО становится понятным и оправданным.

Таким же центром производства человеческого капитала и технологических разработок для фармакологического кластера стала Химико-фармацевтическая академия.

И это примеры чрезвычайно важного тренда.

Региональный брендинг. Важнейшую роль в реализации кластерного подхода играет формирование и продвижение привлекательного бренда региона. Понятие бренда давно уже переросло свое первоначальное понимание как обозначения торговой марки, идентификатора производителя товара. Бренды – это ответ на пожелания и ожидания, некое обещание реализации желаемых переживаний. Людям предлагаются их мечты, чаяния, надежды, их представления о себе самих какими-бы-они-хотели-стать.¹ В этом плане бренды предстают современными социальными мифами, позволяющими строить ориентиры как во внешнем мире, так и во внутреннем мире личности.²

Сказанное в полной мере относится и к брендам регионов. Применительно к регионально-кластерным брендам, общие функции брендинга дополняются по следующим направлениям:

- позиционирование региона, агломерации в национальном и глобальном экономическом и социально-культурном пространстве;
- формирование его привлекательности как места работы и проживания;

¹ Тульчинский Г.Л. Total Branding: мифодизайн постинформационного общества. Бренды и их роль в современном бизнесе и культуре. СПб: СПбГУ, 2013.

² Ульяновский А.В. Социальный миф как бренд: эстетика, философская антропология, на границах запрета etc. В 2 т. СПб: Роза Мира, 2004.

- интеграция товарных брендов, производимых в данном кластере, в том числе с учетом культурно-исторического своеобразия региона;
- консолидация населения практически всех возрастов, проживающего и работающего на данной территории, формирование региональной идентичности, сопричастности развитию региона, его прошлому и будущему¹.

Тем самым экономика региона тесно увязывается с социальным и человеческим капиталом кластера. В единое целое увязываются производство, труд, социально-культурная среда, гражданская и культурная идентичность. В результате успешный брендинг региона (кластера) создает не только потенциал информационно-маркетингового продвижения, но и мощный мотивационный фон деловой активности, рынка труда. А сам конкретный кластер предстает как социально-экономическая и социально-культурная целостность.

При этом выбор конкретного бренда позволяет сэкономить средства на развитие, так как этот выбор заставляет сфокусироваться на главном, на том, что важно, приоритетно. Если принято решение сделать город научным и образовательным центром, то необходимо вкладываться именно в образование, студенческий обмен, модернизацию общежитий, изучение иностранных языков... В точности так же обстоит дело и с бизнес-привлекательностью. Для создания бренда города как бизнес-центра, надо снижать налоги, создавать условия для размещения полноценных офисов, нужно готовить соответствующих компетентных специалистов, опять же – владеющих иностранными языками. Тогда и бизнес, и инвесторы подтянутся.

В этом случае речь идет о деятельности с целью создания, поддержки или изменения поведения, касающегося конкретных мест: экономических центров, мест отдыха, туризма, культурных центров и т.д. Специфика этого вида брендинга в том, что он, по сути дела, является способом практической реализации маркетинга идей (программ), т.к. в основу привлечения к территории средств и ресурсов кладутся конкретные социальные идеи и программы. Это могут быть идеи экономического и социального возрождения (примерами могут служить такие программы для Барселоны, Санкт-Петербурга, Нью-Йорка, Венеции и др.), политического возрождения города (например, Берлина как столицы объединенной Гер-

¹ Тульчинский Г.Л. Брендинг как фактор позиционирования и продвижения регионов. // PR и реклама в системе территориального маркетинга. СПб: СПбГУ, 2012; Богомяков В.Г. Региональная идентичность «Земли Тюменской»: мифы и дискурс.. Екатеринбург: ИД «Дискурс-Пи», 2007.

мании), создания технополисов (Лион, Хабонаи), создание спортивно-рекреативных зон (Альбервиль, Лиллехаммер и др.).

Брендинг, как и маркетинг территорий, ориентирован не на экономическую выгоду, а на создание условий для такой выгоды и для жителей, для инвесторов, для региона и для страны. Задача в том, чтобы это место стало привлекательным как для тех, кто живет здесь постоянно, так и для тех, кто готов сюда приехать.

Важно найти базовую идентификацию места – что есть тут такого, чего нет в других местах, городах. Начинать это лучше всего со стереотипов, которые уже сложились относительно этого места, особенно тех, которые способствуют привлекательности его образа, работать над его укоренением и развитием. Что привлекает людей приезжать сюда? Какой они могут получить здесь опыт, который они не могут получить в другом месте? Дверь в какое царство мечты открывается здесь? Очень важно понять, что здесь уникально, что делается, реализуется так, как нигде больше, лучше, чем где бы то ни было. Потому что только уникальное глобально.

Мобильность населения. И тогда становится ясным, что главным условием реализации потенциала кластерного подхода, самой возможности формирования агломераций, концентрации в них инновационного человеческого и социального капитала является миграционная мобильность.

Мобильность населения всегда играла ключевую роль в развитии общества. Именно за счет мобильности и происходили урбанизация среды обитания, индустриализация. Не снижается эта роль и в XXI столетии. Свободное перемещение трудовых ресурсов, обмен профессиональным и жизненным опытом, освоение новых практик и знаний, концентрация населения в регионах, которые осуществляют экономический рост и являются локомотивом национальной экономики – все возможно только при условии достаточной мобильности.

Согласно данным Всемирного банка, миграция – важнейшее условие развития страны – недаром мировыми лидерами по активности миграции населения являются США и Китай.¹ А по мнению Генерального секретаря ООН, миграция – ведущий фактор мировой экономики: «Задание политиков – грамотно использовать ее потенциал и минимизировать стихийность, сделать так, чтобы миграция приносила благо всем»². Желательная – планируе-

¹ Доклад о мировом развитии; Всемирный банк, 2009; Доклад о человеческом развитии. Всемирный банк, 2011.

² Пан Ги Мун. Миграция – двигатель современной экономики / I Глобальный форум по миграции и развитию. Брюссель 11.07.2007 // Электронный ресурс: <http://www.etnosfera.ru/ecentr.php?Onewnd=ecenter&list=projects&prjid=900&id=7>

мая и поощряемая – миграция – это источник ресурсов, а стихийная миграция, неконтролируемая может стать причиной многих проблем.

Если говорить про нашу страну, то в ней существует большое количество препятствий для физической мобильности:

- институт регистрации и новый законопроект, который, по сути, возвращает институт прописки;
- неразвитая сеть автомобильных дорог и железнодорожных путей между городами (все дороги ведут в столицу); низкий уровень внутренних авиаперевозок;
- неадекватность российского рынка жилья: большая разница в стоимости жилья, что при низких доходах делает переезд практически невозможным.

Низкий уровень мобильности приводит к тому, что не происходит свободного притока или оттока трудовых ресурсов между регионами, в которых растет экономика, и теми регионами, в которых высокий уровень безработицы. Ситуация усугубляется активной зарубежной иммиграцией, что в условиях низкой внутренней миграции порождает социальные конфликты.

Повышение же уровня мобильности способствует снижению нагрузки на федеральный и местные бюджеты при одновременном повышении эффективности инвестиций. Тогда как недостаточно продуманная миграционная политика приводит к оттоку и вымыванию наиболее квалифицированного и перспективного человеческого капитала из страны, что ведет к снижению инновационного потенциала.

Таким образом, современная стратегия регионального развития включает в себя целостный комплекс целенаправленных действий, направленных не только на реализацию существующих природных, экономических, научных, демографических и культурных ресурсов региона, но и на создание дополнительных ресурсов – как финансово-политических, так и информационных, их интеграцию в единую систему. Реализация такой задачи труднопредставима без определяющей роли социального и человеческого капитала.
